

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "ИЖЕВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ"**

Рег. № 000004930



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и воспитательной работе

С.Л. Воробьева

Кафедра менеджмента и права

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля): Связи с общественностью

Уровень образования: Магистратура

Направление подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: Управление комплексным социально-экономическим развитием сельских территорий

Очная, заочная

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (приказ № 1000 от 13.08.2020 г.)

Разработчики:

Абашева О. В., кандидат экономических наук, доцент

Программа рассмотрена на заседании кафедры, протокол № 01 от 30.08.2022 года

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины - Является получение студентами базовых представлений о видах, сред-ствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде, роли связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике

Задачи дисциплины:

- Знать этапы истории зарождения, становления и развития СО как профессии, науки и отрасли бизнеса;
- использовать принципы построения организационных структур и распределения функций управления;
- владеть принципами организации работы отделов интегрированных коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Связи с общественностью» относится к базовой части учебного плана.

Дисциплина изучается на 2 курсе, в 3 семестре.

Изучению дисциплины «Связи с общественностью» предшествует освоение дисциплин (практик):

Самоменеджмент;

История и методология экономической науки;

Компьютерные технологии в управлении социально-экономическими системами.

Освоение дисциплины «Связи с общественностью» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин (практик):

Теория организации и организационное поведение;

Управление социальной сферой сельских территорий.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и учебным планом.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

- ОПК-1 Способен обеспечивать соблюдение норм служебной этики и антикоррупционную направленность в деятельности органа власти;

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает нормы служебной этики и признаки коррупционного поведения, а также меры по обеспечению должного служебного поведения и антикоррупционной направленности в деятельности органа власти

Студент должен уметь:

Умеет обеспечивать соблюдение норм служебной этики и антикоррупционную направленность в деятельности органа власти

Студент должен владеть навыками:

Владеет навыками и мерами по обеспечению соблюдения норм служебной этики и антикоррупционной направленности в деятельности органа власти

- ОПК-8 Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает современные принципы, практику, методы и технологии организации внутренних и межведомственных коммуникаций, взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

Студент должен уметь:

Умеет организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

Студент должен владеть навыками:

Владеет навыками, методами и современными технологиями организации внутренних и межведомственных коммуникаций, взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

- УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает методики формирования команд; методы эффективного руководства коллективами

Студент должен уметь:

Умеет координировать и направлять деятельность участников команды на достижение поставленной цели

Студент должен владеть навыками:

Владеет навыками постановки цели в условиях командой работы и способами управления командной работой в решении поставленных задач

- УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает правила и закономерности личной и деловой устной и письменной коммуникации; современные коммуникативные технологии, в том числе цифровые, на русском и иностранном языках; существующие профессиональные сообщества для профессионального взаимодействия

Студент должен уметь:

Умеет устанавливать и развивать профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, в том числе на иностранном языке с использованием различных цифровых платформ, для академического и профессионального взаимодействия

Студент должен владеть навыками:

Владеет навыками аргументированно и конструктивно отстаивать свои позиции и идеи в профессиональных дискуссиях на русском и/или иностранном языке, в том числе в цифровой среде

- УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур; нормы поведения при использовании цифровых технологий и взаимодействии в цифровой среде

Студент должен уметь:

Умеет понимать и толерантно воспринимать межкультурное разнообразие общества; осуществлять межкультурное взаимодействия с использованием цифровых технологий и норм поведения в цифровой среде

Студент должен владеть навыками:

Владеет способами эффективного межкультурного взаимодействия, анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации, в том числе с использованием цифровых средств и технологий

4. Объем дисциплины и виды учебной работы (очная форма обучения)

Вид учебной работы	Всего часов	Третий семестр
Контактная работа (всего)	22	22
Практические занятия	16	16
Лекционные занятия	6	6
Самостоятельная работа (всего)	86	86
Виды промежуточной аттестации		
Зачет		+
Общая трудоемкость часы	108	108
Общая трудоемкость зачетные единицы	3	3

Объем дисциплины и виды учебной работы (заочная форма обучения)

Вид учебной работы	Всего часов	Пятый триместр
Контактная работа (всего)	22	22
Практические занятия	16	16
Лекционные занятия	6	6
Самостоятельная работа (всего)	86	86
Виды промежуточной аттестации		
Зачет		+
Общая трудоемкость часы	108	108
Общая трудоемкость зачетные единицы	3	3

5. Содержание дисциплины

Тематическое планирование (очное обучение)

Номер темы/раздела	Наименование темы/раздела	Всего часов	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
	Третий семестр, Всего	108	6	16		86
Раздел 1	Введение в дисциплину «Связи с общественностью» (публик рилейшнз)	42,5	2,5	6		34
Тема 1	Предмет, цели и задачи курса публик рилейшнз (PR). Основные цели и задачи. Объект и предмет изучения. Определение понятия публик рилейшнз как особой	8,5	0,5	1		7
Тема 2	Методология изучения публик рилейшнз.	8,5	0,5	1		7
Тема 3	Место публик рилейшнз в системе социологического знания.	8,5	0,5	2		6
Тема 4	Воздействие как функция PR-коммуникации.	8,5	0,5	1		7
Тема 5	Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории публик рилейшнз	8,5	0,5	1		7
Раздел 2	PR-коммуникации как социокультурный механизм взаимодействия между жизненной средой и речевым поведением человека	25,5	1,5	5		19
Тема 6	Речевое поведение в различных сферах PR-деятельности.	8,5	0,5	2		6
Тема 7	Публик рилейшнз и имиджелогия.	8,5	0,5	2		6
Тема 8	PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга.	8,5	0,5	1		7
Раздел 3	Публик рилейшнз в системе социального управления.	40	2	5		33
Тема 9	Взаимодействие публик рилейшнз с другими видами управленческой деятельности.	8,5	0,5	1		7
Тема 10	PR-коммуникации как средство управления кризисами.	8,5	0,5	1		7
Тема 11	Информационное общество и публик рилейшнз.	8,5	0,5	1		7
Тема 12	Теоретические и практические основания институционализации публик рилейшнз как системы управления.	7,3	0,3	1		6
Тема 13	Этнокультурные и социолингвистические основания публик рилейшнз.	7,2	0,2	1		6

Содержание дисциплины (очное обучение)

Номер темы	Содержание темы
------------	-----------------

Тема 1	<p>Предметом социологии публичных отношений является коммуникативное действие людей, понимаемое как форма их социального поведения в определенных социальных условиях, коммуникативных контекстах и с точно заданными целями.</p> <p>Тематическое пространство публичных отношений - целенаправленная коммуникативная деятельность с целью создания и поддержания благоприятного климата и фона доброжелательности, способствующих формированию материальных и духовных потребностей людей и защите социальных ценностей.</p>
Тема 2	<p>Когнитивный и прагматический подходы. Пиарология как самостоятельная научная дисциплина в системе социологии коммуникации. Определение ее научного и практического назначения. Она занимается, с одной стороны, изучением организации коммуникационного пространства в современном обществе с учетом поставленных целей, с другой - изучением системы PR - коммуникаций как социокультурного механизма взаимодействия социального субъекта с жизненной средой.</p>
Тема 3	<p>Основы социологии, социопсихологии, социолингвистики, этнокультурологии, семиотики, социальной коммуникации и менеджмента как база, обуславливающая интегративный характер системы понятийных категорий публичных отношений.</p> <p>Базовые категории публичных отношений. Понятия «общение», «речь», «коммуникация». Структура общения. Три стороны общения - перцептивная, коммуникативная, интерактивная.</p>
Тема 4	<p>Способы и средства воздействия на формирование мнения на индивидуальном, групповом и массовом уровне.</p> <p>Понятия «убеждение», «внушение», «принуждение», «подражание», «заражение» (вовлечение).</p> <p>Лингвистические и паралингвистические средства воздействия (печатные и устные).</p> <p>Убеждение как способ воздействия. Определение понятия «убеждение».</p> <p>Стратегия убеждения - изменение отношения публики (индивида, группы или массы людей) к объекту (предмету внимания).</p>
Тема 5	<p>Понимание социальных связей как социально обусловленного взаимодействия людей и учреждений с государственными, общественными, коммерческими и другими структурами, направленного на организацию и контроль их деятельности с целью содействия успешному функционированию на благо общества.</p> <p>Безличностный характер социальных связей обусловлен их сущностью - взаимодействием не конкретных людей, а конкретных социальных ролей (они являются необходимыми видами социальной деятельности и способом поведения личности и людей). Управление связями представляет собой форму взаимодействия в соответствии с нормами и традициями государственного и общественного устройства.</p>
Тема 6	<p>Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание коммуникантов: коммуникативная компетентность, социальная ситуация, социальные роли, коммуникативный контекст, этнокультурные особенности, коммуникативная установка, мотив (намерение).</p> <p>Стили речевого поведения - вербальный, невербальный, ритуальный, манипулятивный, гуманистический. Ритуальная речь, провокационная речь, императивная речь.</p>

Тема 7	<p>Понятие имиджологии как науки создания и восприятия некоего желаемого образа (личности, товара, или организации). Имеджмейкинг - управление имиджем (методы, способы и средства создания имиджа). Имидж как инструмент общения и воздействия на массовое или групповое сознание. Каналы получения информации - визуальный, вербальный и аудиторный. Значение внешности, одежды, стиля поведения (на работе и дома), мировоззрения, характера, моральных принципов, опыта, убеждений.</p>
Тема 8	<p>Понятие менеджмента. Социальные факторы, обуславливающие эффективность менеджмента. Моделирование ситуаций и разработка принципов принятия решений. Стратегия и тактика в сфере менеджмента. Этические нормы в менеджменте. Высокие и низкие технологии как средства воздействия на целевую</p>
Тема 9	<p>Связи с общественностью (PR) как социально-обусловленная коммуникативная деятельность в системе управленческой коммуникации. Понимание связей с общественностью как механизма управления социальными связями и общественными отношениями. Интерактивная концепция Харвуда Л. Чайлдса о базовых функциях связей с общественностью: 1. функция соответствия общественным интересам (приспособление своего поведения к требованиям окружающей среды); 2. функция управления (оказание влияния на политику организации).</p>
Тема 10	<p>Понятие кризиса. Типы кризисов. Кризисная ситуация характеризуется: нарушением привычных норм поступления информационных потоков, дефицитом информации, недоверием к источникам информации, ограниченностью доступа к ней, возникновением слухов, психологическим напряжением - страх, угроза паники. Динамичность в развитии кризисной ситуации обуславливает динамический характер PR-деятельности в менеджменте кризиса.</p>
Тема 11	<p>Появление информационного общества как исторической закономерности. Интерпретация информации как ценности, капитала, авторитета и власти. Специфика вхождения российского общества в единое мировое пространство. Особенности коммуникационно-информационных процессов в общественной деятельности в условиях глобализации и ускоренного изменения функций СМИ. Интенсивность воздействия на массовое сознание средствами коммуникативных PR-технологий.</p>
Тема 12	<p>Теоретические основы включения PR в систему социального управления и обоснования PR как социального института. Характер структуры и функции PR-институционального типа. Взаимодействие PR с другими социальными институтами (на основе актуализации общественных связей). Особенность PR как механизма управления - его способность выступать как в функции стабилизации общества, так и в функции дестабилизации общественно значимых устоев, порядка, связей и отношений, ведущих к конфликтным ситуациям и развалу общественного строя.</p>
Тема 13	<p>Понимание культуры О.Шпенглером, М.Бахтиным, В.Библером. Культура как способ духовного освоения окружающего мира и его материального преобразования. Обусловленность представления образа мира разными этносами культурными стереотипами. Этнические стереотипы речевого поведения (на примере противопоставления западной и восточной культур). Межкультурные связи и отношения. Кросскультурная коммуникация. Компоненты культуры - национальной и общечеловеческой.</p>

Тематическое планирование (заочное обучение)

Номер темы/раздела	Наименование темы/раздела	Всего часов	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
	Всего	108	6	16		86
Раздел 1	Введение в дисциплину «Связи с общественностью» (паблик ри-лейшнз)	42,5	2,5	6		34
Тема 1	Предмет, цели и задачи курса паблик ри-лейшнз (PR). Основные цели и задачи. Объект и предмет изучения. Определение понятия паблик ри-лейшнз как особой	8,5	0,5	1		7
Тема 2	Методология изучения паблик ри-лейшнз.	8,5	0,5	1		7
Тема 3	Место паблик ри-лейшнз в системе социологического знания.	8,5	0,5	2		6
Тема 4	Воздействие как функция PR-коммуникации.	8,5	0,5	1		7
Тема 5	Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории паблик ри-лейшнз	8,5	0,5	1		7
Раздел 2	PR-коммуникации как социокультурный механизм взаи-мосвязи между жизненной средой и речевым поведением человека	25,5	1,5	5		19
Тема 6	Речевое поведение в различных сферах PR-деятельности.	8,5	0,5	2		6
Тема 7	Паблик ри-лейшнз и имиджелогия.	8,5	0,5	2		6
Тема 8	PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга.	8,5	0,5	1		7
Раздел 3	Паблик ри-лейшнз в системе социального управления.	40	2	5		33
Тема 9	Взаимодействие паблик ри-лейшнз с другими видами управленческой деятельности.	8,5	0,5	1		7
Тема 10	PR-коммуникации как средство управления кризисами.	8,5	0,5	1		7
Тема 11	Информационное общество и паблик ри-лейшнз.	8,5	0,5	1		7
Тема 12	Теоретические и практические основания институционализации паблик ри-лейшнз как системы управ-ления.	7,3	0,3	1		6
Тема 13	Этнокультурные и со-циолингвистические основания паб-лик ри-лейшнз.	7,2	0,2	1		6

Содержание дисциплины (заочное обучение)

Номер темы	Содержание темы
-------------------	------------------------

Тема 1	<p>Предметом социологии публичных рилейшнз является коммуникативное действие людей, понимаемое как форма их социального поведения в определенных социальных условиях, коммуникативных контекстах и с точно заданными целями.</p> <p>Тематическое пространство публичных рилейшнз - целенаправленная коммуникативная деятельность с целью создания и поддержания благоприятного климата и фона доброжелательности, способствующих формированию материальных и духовных потребностей людей и защите социальных ценностей.</p>
Тема 2	<p>Когнитивный и прагматический подходы. Пиарология как самостоятельная научная дисциплина в системе социологии коммуникации. Определение ее научного и практического назначения. Она занимается, с одной стороны, изучением организации коммуникационного пространства в современном обществе с учетом поставленных целей, с другой - изучением системы PR - коммуникаций как социокультурного механизма взаимодействия социального субъекта с жизненной средой.</p>
Тема 3	<p>Основы социологии, социопсихологии, социолингвистики, этнокультурологии, семиотики, социальной коммуникации и менеджмента как база, обуславливающая интегративный характер системы понятийных категорий публичных рилейшнз.</p> <p>Базовые категории публичных рилейшнз. Понятия «общение», «речь», «коммуникация». Структура общения. Три стороны общения - перцептивная, коммуникативная, интерактивная.</p>
Тема 4	<p>Способы и средства воздействия на формирование мнения на индивидуальном, групповом и массовом уровне.</p> <p>Понятия «убеждение», «внушение», «принуждение», «подражание», «заражение» (вовлечение).</p> <p>Лингвистические и паралингвистические средства воздействия (печатные и устные).</p> <p>Убеждение как способ воздействия. Определение понятия «убеждение».</p> <p>Стратегия убеждения - изменение отношения публики (индивида, группы или массы людей) к объекту (предмету внимания).</p>
Тема 5	<p>Понимание социальных связей как социально обусловленного взаимодействия людей и учреждений с государственными, общественными, коммерческими и другими структурами, направленного на организацию и контроль их деятельности с целью содействия успешному функционированию на благо общества.</p> <p>Безличностный характер социальных связей обусловлен их сущностью - взаимодействием не конкретных людей, а конкретных социальных ролей (они являются необходимыми видами социальной деятельности и способом поведения личности и людей). Управление связями представляет собой форму взаимодействия в соответствии с нормами и традициями государственного и общественного устройства.</p>
Тема 6	<p>Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание коммуникантов: коммуникативная компетентность, социальная ситуация, социальные роли, коммуникативный контекст, этнокультурные особенности, коммуникативная установка, мотив (намерение).</p> <p>Стили речевого поведения - вербальный, невербальный, ритуальный, манипулятивный, гуманистический. Ритуальная речь, провокационная речь, императивная речь.</p>

Тема 7	<p>Понятие имиджологии как науки создания и восприятия некоего желаемого образа (личности, товара, или организации). Имеджмейкинг - управление имиджем (методы, способы и средства создания имиджа). Имидж как инструмент общения и воздействия на массовое или групповое сознание. Каналы получения информации - визуальный, вербальный и аудиторный. Значение внешности, одежды, стиля поведения (на работе и дома), мировоззрения, характера, моральных принципов, опыта, убеждений.</p>
Тема 8	<p>Понятие менеджмента. Социальные факторы, обуславливающие эффективность менеджмента. Моделирование ситуаций и разработка принципов принятия решений. Стратегия и тактика в сфере менеджмента. Этические нормы в менеджменте. Высокие и низкие технологии как средства воздействия на целевую</p>
Тема 9	<p>Связи с общественностью (PR) как социально-обусловленная коммуникативная деятельность в системе управленческой коммуникации. Понимание связей с общественностью как механизма управления социальными связями и общественными отношениями. Интерактивная концепция Харвуда Л. Чайлдса о базовых функциях связей с общественностью: 1. функция соответствия общественным интересам (приспособление своего поведения к требованиям окружающей среды); 2. функция управления (оказание влияния на политику организации).</p>
Тема 10	<p>Понятие кризиса. Типы кризисов. Кризисная ситуация характеризуется: нарушением привычных норм поступления информационных потоков, дефицитом информации, недоверием к источникам информации, ограниченностью доступа к ней, возникновением слухов, психологическим напряжением - страх, угроза паники. Динамичность в развитии кризисной ситуации обуславливает динамический характер PR-деятельности в менеджменте кризиса.</p>
Тема 11	<p>Появление информационного общества как исторической закономерности. Интерпретация информации как ценности, капитала, авторитета и власти. Специфика вхождения российского общества в единое мировое пространство. Особенности коммуникационно-информационных процессов в общественной деятельности в условиях глобализации и ускоренного изменения функций СМИ. Интенсивность воздействия на массовое сознание средствами коммуникативных PR-технологий.</p>
Тема 12	<p>Теоретические основы включения PR в систему социального управления и обоснования PR как социального института. Характер структуры и функции PR-институционального типа. Взаимодействие PR с другими социальными институтами (на основе актуализации общественных связей). Особенность PR как механизма управления - его способность выступать как в функции стабилизации общества, так и в функции дестабилизации общественно значимых устоев, порядка, связей и отношений, ведущих к конфликтным ситуациям и развалу общественного строя.</p>
Тема 13	<p>Понимание культуры О.Шпенглером, М.Бахтиным, В.Библером. Культура как способ духовного освоения окружающего мира и его материального преобразования. Обусловленность представления образа мира разными этносами культурными стереотипами. Этнические стереотипы речевого поведения (на примере противопоставления западной и восточной культур). Межкультурные связи и отношения. Кросскультурная коммуникация. Компоненты культуры - национальной и общечеловеческой.</p>

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Литература для самостоятельной работы студентов

1. Данилина В. В., Луканина М. В., Минаева Л. В., Салиева Л. К., Филимонов А. Е. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) «Связи с общественностью», ред. Минаева Л. В. - Издание 2-е изд., доп. и перераб. - Москва: Аспект Пресс, 2012. - Режим доступа: <http://rucont.ru/efd/230394>

2. Лебедева Е. В. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: методические указания : [для студентов обучающихся по направлению 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление"], - Кинель: РИО СГСХА, 2017. - 30 с. - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/638185/info>

Вопросы и задания для самостоятельной работы (очная форма обучения)

Третий семестр (86 ч.)

Вид СРС: Доклад, сообщение (подготовка) (56 ч.)

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Вид СРС: Выполнение индивидуального задания (30 ч.)

Выполнение индивидуального задания предусматривает описание и расчет необходимого комплекса мероприятий по заданию преподавателя.

Вопросы и задания для самостоятельной работы (заочная форма обучения)

Всего часов самостоятельной работы (86 ч.)

Вид СРС: Доклад, сообщение (подготовка) (56 ч.)

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Вид СРС: Выполнение индивидуального задания (30 ч.)

Выполнение индивидуального задания предусматривает описание и расчет необходимого комплекса мероприятий по заданию преподавателя.

7. Тематика курсовых работ(проектов)

Курсовые работы (проекты) по дисциплине не предусмотрены.

8. Фонд оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации

8.1. Компетенции и этапы формирования

Коды компетенций	Этапы формирования		
	Курс, семестр	Форма контроля	Разделы дисциплины
ОПК-1 ОПК-8	2 курс, Третий семестр	Зачет	Раздел 1: Введение в дисциплину «Связи с общественностью» (паблик ри-лейшнз).
УК-3 УК-4	2 курс, Третий семестр	Зачет	Раздел 2: PR-коммуникации как социокультурный механизм взаи-мосвязи между жизненной средой и речевым поведением человека.

УК-5	2 курс, Третий семестр	Зачет	Раздел 3: Паблик рилейшнз в системе социального управления..
------	-------------------------------	-------	---

8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

В рамках изучаемой дисциплины студент демонстрирует уровни овладения компетенциями:

Повышенный уровень:

Базовый уровень:

Пороговый уровень:

Уровень ниже порогового:

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания для промежуточной аттестации	
	Экзамен (дифференцированный зачет)	Зачет
Повышенный	5 (отлично)	зачтено
Базовый	4 (хорошо)	зачтено
Пороговый	3 (удовлетворительно)	зачтено
Ниже порогового	2 (неудовлетворительно)	не зачтено

Критерии оценки знаний студентов по дисциплине

8.3. Типовые вопросы, задания текущего контроля

Раздел 1: Введение в дисциплину «Связи с общественностью» (паблик ри-лейшнз)

ОПК-8 Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

1. Убеждение как способ воздействия. Факторы, способствующие коммуникации убеждения.

2. Манипуляция как способ введения в заблуждение. Технологии манипулирования массовым сознанием.

3. Речевое поведение в различных сферах PR-деятельности. Стили речевого поведения. Речевые стереотипы

4. Имиджелогия. Имиджмейкинг. Технологии создания имиджа

5. Имидж как единица общения на массовом уровне

ОПК-1 Способен обеспечивать соблюдение норм служебной этики и антикоррупционную направленность в деятельности органа власти;

1. 1. Введение в социологию связей с общественностью (паблик рилейшнз): объект и предмет исследования феномена паблик ри-лейшнз.

2. Паблисити, пресса и консультирование как составляющие PR.

3. Базовые категории паблик рилейшнз: социальные связи и общественные отношения. Типы общественных отношений.

4. Общественность: целевая, внутренняя, внешняя; общественные группы.

5. Общественное мнение. Способы воздействия на формирование общественного сознания

Раздел 2: PR-коммуникации как социокультурный механизм взаимосвязи между жизненной средой и речевым поведением человека

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

1. Имидж организации. Особенности корпоративного имиджа. Роль общественности в формировании имиджа организации

2. Типология целевой аудитории по Дэвиду Ризману

3. Модели визуальной коммуникации - М.Маклюэна и Ю. Лотмана.

4. Понятие менеджмента. Высокие и низкие технологии как средства воздействия на целевую аудиторию.

5. Маркетинговая компания. Модели маркетинговой коммуникации.

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

1. Взаимодействие паблик рилейшнз с другими видами управленческой деятельности.

2. Интерактивная концепция Харвуда Л. Чайлдса о базовых функциях связей с общественностью

3. Внутригрупповая PR-коммуникация как инструмент управления персоналом в фирме

4. Общественная деятельность (PublicAffairs) как составляющая паблик рилейшнз.

5. Паблик рилейшнз и маркетинг как управленческие коммуникации.

Раздел 3: Паблик рилейшнз в системе социального управления.

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

1. Паблик рилейшнз и реклама. Функции, цели и задачи

2. Паблик рилейшнз и управление проблемами (Issues Management). Определения. Различия и взаимодействие.

3. Лоббирование как особая часть паблик рилейшнз. Массовое лоббирование.

4. PR-коммуникации как средства управления кризисами. Методы, способы и технологии

5. Роль СМИ во взаимодействии с паблик рилейшнз в период кризисных ситуаций.

6. Психологические войны: стратегии, тактики и технологии используемые в PR-акциях

7. Теоретические и практические основания институализации паблик рилейшнз как элемента системы социального управления.

8. Взаимодействие паблик рилейшнз с другими социальными институтами

9. Периодизация становления паблик рилейшнз как социального института на примере России.

10. Информационное общество и паблик рилейшнз. Специфика вхождения российского общества в единое мировое пространство.

8.4. Вопросы промежуточной аттестации

Третий семестр (Зачет, ОПК-1, ОПК-8, УК-3, УК-4, УК-5)

1. Введение в социологию связей с общественностью (паблик рилейшнз): объект и предмет исследования феномена паблик рилейшнз.
2. Паблисити, пресса и консультирование как составляющие PR.
3. Базовые категории паблик рилейшнз: социальные связи и общественные отношения. Типы общественных отношений.
4. Общественность: целевая, внутренняя, внешняя; общественные группы.
5. Общественное мнение. Способы воздействия на формирование общественного сознания.
6. Убеждение как способ воздействия. Факторы, способствующие коммуникации убеждения.
7. Манипуляция как способ введения в заблуждение. Технологии манипулирования массовым сознанием
8. Речевое поведение в различных сферах PR-деятельности. Стили речевого поведения. Речевые стереотипы
9. Имиджелогия. Имиджмейкинг. Технологии создания имиджа.
10. Имидж как единица общения на массовом уровне
11. Имидж организации. Особенности корпоративного имиджа. Роль общественности в формировании имиджа организации.
12. Типология целевой аудитории по Дэвиду Ризману.
13. Модели визуальной коммуникации - М.Маклюэна и Ю. Лотмана.
14. Понятие менеджмента. Высокие и низкие технологии как средства воздействия на целевую аудиторию.
15. Маркетинговая компания. Модели маркетинговой коммуникации.
16. Взаимодействие паблик рилейшнз с другими видами управленческой деятельности.
17. Маркетинговая компания. Модели маркетинговой коммуникации.
18. Внутригрупповая PR-коммуникация как инструмент управления персоналом в фирме.

19. Общественная деятельность (PublicAffairs) как составляющая публичных отношений.
20. Публичные отношения и маркетинг как управленческие коммуникации.
21. Публичные отношения и реклама. Функции, цели и задачи
22. Публичные отношения и управление проблемами (Issues Management). Определения. Различия и взаимодействие.
23. Лоббирование как особая часть публичных отношений. Массовое лоббирование.
24. PR-коммуникации как средства управления кризисами. Методы, способы и технологии.
25. Роль СМИ во взаимодействии с публичными отношениями в период кризисных ситуаций.

8.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

9. Перечень учебной литературы

1. Данилина В. В., Луканина М. В., Минаева Л. В., Салиева Л. К., Филимонов А. Е. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) «Связи с общественностью», ред. Минаева Л. В. - Издание 2-е изд., доп. и перераб. - Москва: Аспект Пресс, 2012. - Режим доступа: <http://rucont.ru/efd/230394>
2. Лебедева Е. В. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: методические указания : [для студентов обучающихся по направлению 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление"], - Кинель: РИО СГСХА, 2017. - 30 с. - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/638185/info>
3. Культура речи и деловое общение [Электронный ресурс]: методические указания для студентов заочной формы обучения, сост. Торохова Е. А. - Ижевск: РИО Ижевская ГСХА, 2020. - 51 с. - Режим доступа: <http://portal.izhgsha.ru/index.php?q=docs&download=1&id=39543>

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

1. <http://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека E-library
2. <http://mcs.ru/> - Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации
3. <http://www.consultant.ru/> - Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

11. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля)

Перед изучением дисциплины студенту необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, изучить перечень рекомендуемой литературы, приведенной в рабочей программе дисциплины. Для эффективного освоения дисциплины рекомендуется посещать все виды занятий в соответствии с расписанием и выполнять все домашние задания в установленные преподавателем сроки. В случае пропуска занятий по уважительным причинам, необходимо получить у преподавателя индивидуальное задание по пропущенной теме. Полученные знания и умения в процессе освоения дисциплины студенту рекомендуется применять для решения задач, не обязательно связанных с программой дисциплины. Владение компетенциями дисциплины в полной мере будет подтверждаться Вашим умением ставить конкретные задачи, выявлять существующие проблемы, решать их и принимать на основе полученных результатов оптимальные решения. Основными видами учебных занятий для студентов по учебной дисциплине являются: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа и самостоятельная работа студентов.

Формы работы	Методические указания для обучающихся
Лекционные занятия	<p>Работа на лекции является очень важным видом деятельности для изучения дисциплины, т.к. на лекции происходит не только сообщение новых знаний, но и систематизация и обобщение накопленных знаний, формирование на их основе идейных взглядов, убеждений, мировоззрения, развитие познавательных и профессиональных интересов.</p> <p>Краткие записи лекций (конспектирование) помогает усвоить материал. Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями: «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Прослушивание и запись лекции можно производить при помощи современных устройств (диктофон, ноутбук, нетбук и т.п.). Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор, в том числе нормативно-правовые акты соответствующей направленности. По результатам работы с конспектом лекции следует обозначить вопросы, термины, материал, который вызывают трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на занятии семинарского типа.</p> <p>Лекционный материал является базовым, с которого необходимо начать освоение соответствующего раздела или темы.</p>
Лабораторные занятия	<p>При подготовке к занятиям и выполнении заданий студентам следует использовать литературу из рекомендованного списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.</p> <p>Перед каждым занятием студент изучает план занятия с перечнем тем и вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на занятие материалу.</p> <p>Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к занятию и выполнению домашних заданий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проработать конспект лекций; - проанализировать литературу, рекомендованную по изучаемому разделу (модулю); - изучить решения типовых задач (при наличии);

	<p>- решить заданные домашние задания;</p> <p>- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.</p> <p>В конце каждого занятия типа студенты получают «домашнее задание» для закрепления пройденного материала. Домашние задания необходимо выполнять к каждому занятию. Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на занятии семинарского типа или на индивидуальные консультации.</p>
<p>Самостоятельная работа</p>	<p>Самостоятельная работа студентов является составной частью их учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний.</p> <p>Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, рекомендуемой литературы; подготовку к занятиям семинарского типа в индивидуальном и групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки зрения использования литературы, времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время занятий.</p> <p>Целью преподавателя является стимулирование самостоятельного, углублённого изучения материала курса, хорошо структурированное, последовательное изложение теории на занятиях лекционного типа, отработка навыков решения задач и системного анализа ситуаций на занятиях семинарского типа, контроль знаний студентов.</p> <p>Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.</p> <p>Помимо самостоятельного изучения материалов по темам к самостоятельной работе обучающихся относится подготовка к практическим занятиям, по результатам которой представляется отчет преподавателю и проходит собеседование.</p> <p>При самостоятельной подготовке к практическому занятию обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организует свою деятельность в соответствии с методическим руководством по выполнению практических работ; - изучает информационные материалы; - подготавливает и оформляет материалы практических работ в соответствии с требованиями. <p>В результате выполнения видов самостоятельной работы происходит формирование компетенций, указанных в рабочей программы дисциплины (модуля).</p>
<p>Практические занятия</p>	<p>Формы организации практических занятий определяются в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения. Ими могут быть: выполнение упражнений, решение типовых задач, решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, игровое проектирование, имитационные занятия, выездные занятия в организации (предприятия), занятия-конкурсы и т.д. При устном выступлении по контрольным вопросам семинарского занятия студент должен излагать (не читать) материал выступления свободно.</p> <p>Необходимо концентрировать свое внимание на том, что выступление должно быть обращено к аудитории, а не к преподавателю, т.к. это значимый аспект формируемых компетенций.</p>

По окончании семинарского занятия обучающемуся следует повторить выводы, полученные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для этого обучающемуся в течение семинара следует делать пометки. Более того, в случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала обучающемуся следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.

При подготовке к занятиям студентам следует использовать литературу из рекомендованного списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.

Перед каждым занятием студент изучает план занятия с перечнем тем и вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на занятие материалу.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к занятию и выполнению домашних заданий:

- проработать конспект лекций;
- проанализировать литературу, рекомендованную по изучаемому разделу (модулю);
- изучить решения типовых задач (при наличии);
- решить заданные домашние задания;
- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

В конце каждого занятия студенты получают «домашнее задание» для закрепления пройденного материала. Домашние задания необходимо выполнять к каждому занятию. Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на занятии или на индивидуальные консультации.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а так же в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
 - по желанию обучающегося задания могут выполняться в устной форме.

12. Перечень информационных технологий

Информационные технологии реализации дисциплины включают

12.1 Программное обеспечение

1. Paint. Графический редактор в составе Microsoft Windows. Подписка на 3 года. Договор № 9-БД/19 от 07.02.2019. Последняя доступная версия программы.

12.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-справочная система (справочно-правовая система) «Консультант плюс». Соглашение № ИКП2016/ЛСВ 003 от 11.01.2016 для использования в учебных целях бессрочное. Обновляется регулярно. Лицензия на все компьютеры, используемые в учебном процессе.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Оснащение аудиторий

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории
2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (практических занятий). Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории
4. Помещение для самостоятельной работы. Помещение оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
5. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.