

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Связи с общественностью в органах региональной и муниципальной власти»

Дисциплина «Связи с общественностью в органах региональной и муниципальной власти» является частью программы бакалавриата «Государственное и муниципальное управление (общий профиль, СУОС)» по направлению «38.03.04 Государственное и муниципальное управление».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – владение навыками планирования и организации деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций (ПК-1.2); владение навыками документационного и информационного обеспечения государственного и муниципального управления, организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия осуществления взаимодействия со СМИ, связей с общественностью (ПК-2.1). Задачи дисциплины: формирование знаний: • коммуникативных технологий органов власти по организации и осуществлению связей с общественностью • основ информационного обеспечения осуществления взаимодействия со СМИ, связей с общественностью; • технологий, обеспечивающих взаимодействие органов государственного и муниципального управления со СМИ, связей с общественностью; • технологии планирования и организации медиакommunikаций органов власти. формирование умений: • определять каналы коммуникации с целевыми аудиториями и коммуникационные технологии для организации связей с общественностью • извлекать, анализировать и интерпретировать информацию из разных источников для планирования и организации медиастратегии органов власти формирование навыков: • анализа эффективности деятельности органов власти по организации связей с общественностью • оценки эффективности осуществления взаимодействия со СМИ, связей с общественностью..

Изучаемые объекты дисциплины

• Связи с общественность в органах власти • Медиарилейшинз • Внешняя и внутренняя коммуникация • Целевые аудитории • Имидж • Имиджмейкинг • Виды, уровни имиджирования • Персональный имидж • Корпоративный имидж.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		5	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	63	63	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	27	27	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	32	32	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	81	81	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9	9	
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
5-й семестр				
Лекция 10. Имидж органов государственной власти.	2	0	3	10
Технология конструирования имиджа власти: образ руководителя, образ государственных служащих, имидж услуг, внешняя атрибутика. Государственная информационная политика. Имиджевые стратегии.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Лекция 5. Работа с обращениями граждан	4	0	3	8
Формы реализации политико-правовой сущности обращений граждан. Отношение современного общества к формам подачи обращений граждан: результаты социологического мониторинга. Работа с обращениями граждан в контексте digital-технологий. Личный прием граждан. Работа с письменными обращениями граждан. Общественные порталы, аккумулирующие обращения граждан: системные и несистемные.				
Лекция 3. Взаимодействие со СМИ в органах власти. Медиарелейшинг.	2	0	2	6
Виды и типы PR-текстов. Функции PR-текстов. Конструирование информационного повода. Press Book: корпоративная книга коммуникаций: материалы для журналистов, материалы для непосредственной публикации, рабочие и презентационные материалы. Формы подачи информационно-новостных материалов: пресс-тур, пресс-конференция, форум и т.д. Критерии и показатели эффективности взаимодействия органов власти со СМИ.				
Лекция 11. Политический имидж	1	0	3	8
Классификация политического имиджа. Функции политического имиджа. Типология политических имиджей. Рекламные и PR технологии в имиджировании политиков.				
Лекция 2. Связи с общественностью в органах власти.	2	0	3	6
Структурные подразделения в органах власти, отвечающие за связи с общественностью. Стратегическая цель связей с общественностью в органах власти. Функции и направления связей с общественностью.				
Лекция 9. Корпоративный имидж.	4	0	3	9
Эволюция концепции корпоративного имиджа. Уровни и составляющие элементы корпоративного имиджа: внутренний и внешний. Имидж руководителя компании. Фирменный стиль. Логотип в системе корпоративной коммуникации. Корпоративная культура. Управление корпоративным имиджем.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Лекция 1. История развития связей с общественностью: теоретический аспект. Эволюция PR моделей в XX веке: взгляд Дж. Грюнинга и Т. Ханта (1984 г.). Ф. Китчен «Паблик рилейшинз. Принципы и практики». Международное признание связей с общественностью.	2	0	3	6
Лекция 8. Персональный имидж.	2	0	3	6
Структура персонального имиджа: архетипы, культурные и социальные типажи, роли, личностные особенности субъекта, культурологический и социальный контекст. Уровни персонального имиджа: внешний и внутренний. Особенности габитарного имиджа. Закономерности физиогномики. Параметры речевого имиджа. Необходимые аспекты публичного выступления.				
Цифровые инструменты коммуникации органов власти с населением.	2	0	3	8
Статистика проникновения Интернета в систему государственного и муниципального управления. Диджитал-коммуникация с населением: официальные сайты, социальные сети, форумы, блоги, специальные проекты. (управляем вместе, электронный бюджет, сайт государственных услуг).				
Лекция 6. Оптимизация кадрового потенциала в органах власти.	4	0	3	6
Функции управления кадровым потенциалом государственной гражданской службы. Инструменты реализации кадрового потенциала. Проявление потенциала управленческих способностей. HR-бренд как системообразующий элемент в управлении коммуникациями с персоналом в организации. Тенденции развития HR-брендинга в системе управления кадровым потенциалом на государственной службе.				
Лекция 7. Имиджмейкинг. Принципы имиджирования.	2	0	3	8
Субъекты и объекты имиджмейкинга. Стратегическая цель и тактические задачи имиджмейкинга. Базовые принципы работы над имиджем клиента. Механизмы имиджирования. Принципы восприятия субъектами социума объектов имиджмейкинга.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
ИТОГО по 5-му семестру	27	0	32	81
ИТОГО по дисциплине	27	0	32	81