

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе


_____ Н.В.Лобов

« 18 » ноября 20 19 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Связи с общественностью в государственном секторе
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: магистратура
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 108 (3)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

Направленность: Реклама и связи с общественностью в развитии территории
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью государственного сектора (ПК-1.2); управлять нематериальными активами (брендами) органов государственной власти и политических партий (ПК-2.1).

Задачи дисциплины

формирование знаний:

- принципы, методы и инструменты работы с открытыми данными государственных органов;
- особенности коммуникационного процесса в деятельности государственных структур;
- принципы, методы исследований различных видов: технологию проведения социологических и коммуникационных исследований в государственном секторе;
- технологии и основные методы оценки целевых и промежуточных результатов политических коммуникаций;
- состав процесса стратегического и оперативного планирования: место и роль связей с общественностью в деятельности государственных структур.

формирование умений:

- проводить качественное и количественное изучение информационного поля, объектов, тем и понятий: проводить исследования, необходимые для планирования, реализации, оценки программ по рекламе и связям с общественностью разной степени сложности в органах исполнительной, законодательной и судебной власти, а также органов местного самоуправления;
- проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании: разрабатывать и анализировать успешные рекламные и PR-кампании в органах государственной власти и местного самоуправления (выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ);
- проводить анализ результативности коммуникационной политики.

формирование навыков:

- разработки этапов достижения поставленных целей; выбора способа решения сформулированных задач с максимально качественным результатом и минимальными затратами; разработки календарного плана работ с учетом имеющихся сроков и ресурсов; оценки эффективности проведенных кампаний: разрабатывать и анализировать успешные рекламные и PR-кампании в органах государственной власти и местного самоуправления (выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ);
- формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации: эффективного коммуникационного воздействия на аудиторию (реализация проекта «Электронное правительство» в России и за рубежом); анализа современной российской и пермской блогосферы как элемента государственных коммуникаций и как технологии повышения доверия к органам государственной власти; лоббирования как части работы связей с общественностью в государственном секторе.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- система связей с общественностью как функция менеджмента государственных структур;
- инструментарий связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления, методики и технологии эффективного коммуникационного воздействия;
- информационные поводы в государственных структурах
- особенности взаимодействия с разными целевыми аудиториями государственных структур, включая СМИ.

1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения базового курса «Социология общественного мнения», «Стратегические коммуникации в коммерческом и некоммерческом секторе» основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Реклама и связи с общественностью в развитии территории.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.2	ИД-1ПК-1.2	Знает - принципы, методы и инструменты работы с открытыми данными государственных органов; - особенности коммуникационного процесса в деятельности государственных структур; - принципы, методы исследований различных видов: технологию проведения социологических и коммуникационных исследований в государственном секторе; - технологии и основные методы оценки целевых и промежуточных результатов политических коммуникаций;	Знает основные методы проектного планирования; принципы, методы и инструментов целеполагания; исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.); работы с открытыми данными: - государственных органов, - коммерческих структур, - отраслевых некоммерческих организаций; количественного и качественного анализа информационного поля; технологии и основные методы оценки целевых и промежуточных результатов работ; рынка СМИ, его отраслевых особенностей	Зачет

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.2	ИД-2ПК-1.2	Умеет - проводить качественное и количественное изучение информационного поля, объектов, тем и понятий: проводить исследования, необходимые для планирования, реализации, оценки программ по рекламе и связям с общественностью разной степени сложности в органах исполнительной, законодательной и судебной власти, а также органов местного самоуправления;	Умеет проводить качественное и количественное изучение информационного поля, объектов, тем и понятий; формулировать основных целевых показателей исследования; формулировать выводы на основе анализа собранной информации	Кейс-задача
ПК-1.2	ИД-3ПК-1.2	Владеет навыками - разработки этапов достижения поставленных целей; выбора способа решения сформулированных задач с максимально качественным результатом и минимальными затратами; разработки календарного плана работ с учетом имеющихся сроков и ресурсов; оценки эффективности проведенных кампаний: разрабатывать и анализировать успешные рекламные и PR-кампании в органах государственной власти и местного самоуправления (выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ);	Владеет навыками работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации и базами данных; разработки этапов достижения поставленных целей; выбора способа решения сформулированных задач с максимально качественным результатом и минимальными затратами; разработки календарного плана работ с учетом имеющихся сроков и ресурсов; оценки эффективности проведенных кампаний	Кейс-задача
ПК-2.1	ИД-1ПК-2.1	Знает - состав процесса стратегического и	Знает состав процесса стратегического и оперативного	Зачет

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		оперативного планирования: место и роль связей с общественно-стью в деятельности государственных структур.	планирования; организацию рекламного дела	
ПК-2.1	ИД-2ПК-2.1	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании: разрабатывать и анализировать успешные рекламные и PR-кампании в органах государственной власти и местного самоуправления (выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ); - проводить анализ результативности коммуникационной политики. 	<p>Умеет использовать инструменты проектного управления успешными брендами; проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; продвигать товары (услуги) организации на рынок; выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий; проводить анализ результативности коммуникационной политики</p>	Кейс-задача
ПК-2.1	ИД-3ПК-2.1	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации: эффективного коммуникационного воздействия на аудиторию (реализация проекта «Электронное правительство» в России и за рубежом); анализа современной российской и пермской блогосферы как элемента государственных коммуникаций и как технологии повышения доверия к органам государственной власти; лоббирования как части работы связей с общественностью в 	<p>Владеет навыками разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации</p>	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		государственном секторе.		

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		1	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	36	36	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	9	9	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	25	25	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	72	72	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

4. 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	
1-й семестр				
Тема 1. Предмет и задачи курса. Роль, цель, задачи, функции связей с общественностью в государственном секторе.	1	0	2	6
Определение связей с общественностью. Хронология развития коммуникаций в государственном секторе от пропаганды и агитации до связей с общественностью. История связей с общественностью в государственном секторе в России и в мире. Цели, функции, задачи, проблемы государственного PR. Необходимость связей с общественностью в государственном секторе в условиях демократии. Зависимость связей с общественностью от деятельности государства. Коммуникативные функции государства.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 2. Сходство и отличие связей с общественностью в государственном секторе от связей с общественностью в коммерческой среде и политике.	1	0	2	6
Особенности избирательных технологий. Особенности проведения избирательных кампаний. Цели и задачи PR для бизнеса. Коммуникативный базис PR в бизнесе. Проведение акций и кампаний. Особенности PR в сфере финансов. Основные коммуникационные средства финансовых PR. Особенности коммуникации в государственных PR и PR в органах местного самоуправления. Исторические и смысловые параллели.				
Тема 3. Модели связей с общественностью в государственном секторе.	1	0	2	6
Эволюционная модель Грюнига и Ханта. Модель Катлипа, Сентера, Брума. Модель Уилби. Модель двусторонней асимметрии. Модель властных отношений. Минусы и плюсы моделей. Причины недоверия власти. PR как средство повышения открытости власти. Коммуникационные отличия связей с общественностью, агитации, пропаганды, рекламы. Определение агитации, пропаганды, рекламы: роль, цели, задачи, функции. Идеология как основа пропаганды. Манипулятивные технологии. Типология пропаганды. Методы и приемы агитации, пропаганды, рекламы, связей с общественностью. Различие по степени психологического воздействия. Общие черты связей с общественностью, агитации, пропаганды, рекламы.				
Тема 4. Особенности связей с общественностью в государственном секторе как разновидности коммуникации.	1	0	2	6
Определение коммуникации. Структура, формы, типы, виды, разновидности, функции коммуникации в гос. органах. Виды коммуникационных отношений. Типы общества. СО как разновидность коммуникации. Суть и особенности связей с общественностью в гос. органах. Особенности СО в международных гос. коммуникациях. Целевые аудитории коммуникации в государственном секторе, взаимодействие с ними: НКО, СМИ, население, занятые, выборные должностные лица. Принципы работы с каждой из целевых аудиторий. Методы взаимодействия. Критерии интересности. Способы привлечения внимания. Пресс – клипинг. Методы управления новостями. «Этапы жизни» новости.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 5. Интернет как современное средство коммуникации в государственном секторе.	1	0	2	6
Современная блогосфера как элемент государственных коммуникаций. Сайт Wordpress как основа коммуникаций с населением органов гос. власти Пермского края. Собственные странички в интернете органов гос. власти, их первых лиц и сотрудников. Возможности Твиттера для информирования населения. Возможности ICQ для взаимодействия с занятыми. Социальные сети – новый эффективный механизм взаимодействия с целевыми аудиториями. Возможности интернета для обратной связи и немедленного получения информации.				
Тема 6. Роль специалиста по связям с общественностью в разработке и осуществлении программ «Электронного правительства»: российский и международный опыт.	1	0	2	6
Электронное правительство как PR-инструмент борьбы с бюрократией, плохими чиновниками, коррупцией. Определение электронного правительства. Функции электронного правительства. Схемы электронного правительства. Задачи электронного правительства. Этапы внедрения электронного правительства. Принципы функционирования электронного правительства. 3 обязательных блока идеального электронного правительства. Мировой опыт реализации проекта электронного правительства. Российский опыт реализации проекта электронного правительства. Эффективность проекта электронного правительства.				
Тема 7. Технологии, опыт и место специалиста по связям с общественностью в практике лоббирования в России и за рубежом.	1	0	2	6
Определение лоббирования. Легализация лоббирования. Исторический процесс становления лоббирования. Субъекты лоббирования. Сферы интересов субъектов лоббирования. Лоббирование как часть связей с общественностью. Направление деятельности лоббистов в сравнении с деятельностью специалиста по связям с общественностью. Обязательные составляющие лоббистского проекта или кампании. Типы кампании лоббирования. Этапы лоббирования. Виды лоббирования. Алгоритм крупной лоббистской кампании.				
Тема 8. Система государственного устройства России.	1	0	2	6
Система федеральных органов гос. власти: принципы формирования и взаимодействия друг с				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
другом, структура (администрация Президента РФ, Правительство РФ, Совет Федерации Федерального Собрания РФ, Гос. Дума Федерального Собрания РФ, судебная система власти). Система региональных органов гос. власти и органов местного самоуправления: принципы формирования и взаимодействия друг с другом, структура (Губернатор, исполнительная и законодательная власть субъектов федерации, полномочные представители Президента в федеральных округах, судебная система на региональном уровне, исполнительная и представительная власть на уровне местного самоуправления). Иные органы гос. власти.				
Тема 9. Связи с общественностью и идеология государства.	1	0	2	6
Зависимость идеологии от информации. Определение идеологии. История развития идеологии. Идеология в демо-кратическом обществе. Развитие идеологии: либерализм, консерватизм, социализм, анархизм, фашизм. Принципы построения идеологии. Обоснование необходимости идеологии. Разделение политических партий по идеологическому принципу и основы коммуникации с ними.				
Тема 10. Особенности коммуникаций с современной российской элитой (правлящим классом) и централизация власти в РФ и Пермском крае	0	0	2	6
Определение элиты. Историческое развитие идеологий внутри элиты в СССР и РФ. Централизация власти. Информационное сопровождение реформ 2000 годов. Взаимодействие с общественностью в рамках идеологии суверенной демократии. Формирование нового образа России в западных странах. Взаимодействие между органами власти и СМИ в современной России. Структура современной политической элиты. Положительный опыт использования российской элитой связей с общественностью в решении актуальных сложных проблем отечественного и международного уровня.				
Тема 11. Связи с общественностью и государственная информационная политика.	0	0	2	6
Информационные ресурсы современного общества и государства. Роли места информации в гос. управлении. Государственная международная политика в области информации. Доктрина информационной безопасности России: основные моменты. Особенности работы государственных				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
служб СО с информационными каналами (информационное сообщение, определение). Информацион-ный повод. Управление информационным процессом в органах государственной власти: Цель и структура информационного процесса (доставка - информационное эхо - информационный резонанс). Субъект и объект информационного пространства. Информационные споры и конфликтные ситуации.				
Тема 12. Создание и реализация коммуникационных проектов в органах государственной власти.	0	0	3	6
10 правил реализации проектов по связям с общественностью органами гос. власти. Модульные технологии в реализации PR проектов. Особенности методов работы СО служб в органах гос. власти по реализации PR проектов.				
ИТОГО по 1-му семестру	9	0	25	72
ИТОГО по дисциплине	9	0	25	72

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Роль, цель, задачи, функции связей с общественностью в государственном секторе.
2	Сходства и отличия связей с общественностью в государственном секторе от связей с общественностью в коммерческой среде и политике.
3	Модели связей с общественностью в государственном секторе.
4	Особенности связей с общественностью в государственном секторе как разновидности коммуникации.
5	Интернет как современное средство коммуникации в государственном секторе.
6	Роль специалиста по связям с общественностью в разработке и осуществлении программ «Электронного правительства»: российский и международный опыт.
7	Технологии, опыт и место специалиста по связям с общественностью в практике лоббирования в России и за рубежом.
8	Система государственного устройства России.
9	Связи с общественностью и идеология государства.
10	Особенности коммуникаций с современной российской элитой (правлящим классом) и централизация власти в РФ и Пермском крае. Деловая игра: Технологии письменной коммуникационной деятельности специалистов по связям с общественностью в органах государственной власти.
11	Связи с общественностью и государственная информационная политика.
12	Создание и реализация коммуникационных проектов в органах государственной власти.

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при которой учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установления связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

Проведение лабораторных занятий основывается на интерактивном методе обучения, при котором обучающиеся взаимодействуют не только с преподавателем, но и друг с другом. При этом доминирует активность учащихся в процессе обучения. Место преподавателя в интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности обучающихся на достижение целей занятия.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Русаков А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти : учебное пособие для вузов / А.Ю. Русаков. - СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2006.	15
2	Чумиков А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник для вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - Москва: ИНФРА-М, 2014.	50

2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / Московский государственный лингвистический университет ; Под ред. М. М. Васильевой. - Москва: Юрайт, 2014.	3
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Основная литература	Чумиков А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник для вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - Москва: ИНФРА-М, 2014.	http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPSTUbooks170782	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
База данных компании EBSCO	https://www.ebsco.com/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	Компьютер	1
Лекция	Проектор	1
Практическое занятие	Компьютер	1
Практическое занятие	Проектор	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе
