МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

Историко-архивный институт

Факультет архивного дела

Учебно-научный центр «Новая Россия. История постсоветской России»

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PR-СЛУЖБ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины
41.03.06. Направление подготовки: Публичная политика и социальные науки

Квалификация выпускника (степень) – бакалавр

Форма обучения: очная,

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2017

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PR-СЛУЖБ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины
Составитель:
Кандидат психол. наук, доцент Е.Б.Зиновьева

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры УНЦ «Новая Россия. История постсоветской России»
№__1___ от__31.08.2017_____

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка
1.1 Цель и задачи дисциплины *(модуля)*
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (*модулю*), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
2. .Структура дисциплины *(модуля)*
3. Содержание дисциплины *(модуля)*
4. Образовательные технологии
5. Оценка планируемых результатов обучения
5.1. Система оценивания
5.2.Критерии выставления оценок
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине *(модулю)*
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
6.1. Список источников и литературы
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины *(модуля)*
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
9. Методические материалы
9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ
9.3. Иные материалы

Приложения
Приложение 1. Аннотация дисциплины
Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины Б1.В.ДВ.09.01 «Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и местного самоуправления» - сформировать у студентов комплексное понимание принципов и норм работы специалистов по рекламе и связям с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления, а также раскрыть возможность прикладного применения полученных знаний в организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- передача студентам целостного представления о назначении, характере, содержании и особенностях деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью в России;
- изучение основ деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью, взаимоотношений внутри организации;
- обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы в отделах по рекламе и связям с общественностью;
- изучение и понятие специфики организационных принципов деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью;
- формирование базовых навыков организации работы отделов по рекламе и связям с общественностью.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (*модулю*), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	**Индикаторы компетенций** (код и наименование)	**Результаты обучения**
ПК 4 умение управлять потоками информационного взаимодействия Общественных и государственных организаций с населением		Знать методологию взаимодействия и управления потоками информационного взаимодействия Общественных и государственных организаций с населением Уметь управлять потоками информационного взаимодействия Общественных и государственных организаций с населением Владеть навыками управления потоками информационного взаимодействия Общественных и государственных организаций с населением
ПК 11 способность к публичным выступлениям на актуальные темы на семинарах,		*Знать:* эффективные способы публичным выступлениям на актуальные темы на семинарах, *Уметь:* выступать на актуальные темы на семинарах,

научно-теоретических и научно-практических конференциях		научно-теоретических и научно-практических конференциях *Владеть:* публичных выступлений на актуальные темы

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.01 «Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и местного самоуправления»» относится к вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Б1.В.10 Органы местного самоуправления и муниципальная служба, Б1.В.ДВ.01.01 Политический имидж и политическая символика.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Б1.В.ДВ.11.03 Экспертное комментирование современных политических и международных процессов на постсоветском пространстве.

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Контактная				Промежуточная	Самостоятель-ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия			
1	Тема 1. Целесообразность, функции и задачи отделов рекламы и связей с общественностью		**2**	**2**				**8**	**О**
2	Тема 2. Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области поддержки общекорпоративной стратегии и тактики		**2**	**2**				**6**	**Д**
3	Тема 3. Создание положительного имиджа органа государственной власти		**2**	**2**				**6**	**О**
4	Тема 4. Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения компании.		**2**	**4**				**8**	**Д**
5	Тема 5. Создание информационного поля в общей стратегии организации		**2**	**4**				**8**	**О**
6	Тема 6. Специфика работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных учреждениях и в органах политической власти.		**2**	**2**				**8**	**ГЗ, КС**
	зачёт с оценкой								*доклад-презентация*
	итого:	**72**	**12**	**16**				**44**	

Примечание:

** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), доклад (Док), групповое задание (ГЗ), круглого стола (КС) по одной из тем.*
*** - формы промежуточной аттестации: зачет в форме вопросов и заданий к зачету.*

3. **Содержание дисциплины**

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	**Тема 1. Целесообразность, функции и задачи отделов рекламы и связей с общественностью.**	Основные направления PR и рекламы. Основные задачи специалистов по рекламе и PR. Главные функции в сфере рекламы и PR. Функции специалистов по рекламе и связям с общественностью. Сферы общественной жизни, в которых функционируют связи с общественностью и реклама. Принципы организации работы агентств по связям с общественностью и корпоративных PR-отделов. Виды агентств по связям с общественностью и рекламы. Организация работы агентств по рекламе. Внутренняя структура агентства. Основные задачи корпоративного подразделения по рекламе и связям с общественностью. Статус руководителей отделов рекламы и связей с общественностью в высшем эшелоне корпоративного руководства.
2	**Тема 2. Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области поддержки общекорпоративной стратегии и тактики.**	Функциональный принцип построения отделов рекламы и связей с общественностью. Виды отделов. Ключевые подразделения, входящие в состав корпоративных структур по рекламе и связям с общественностью: сектор связей со СМИ, сектор связей с государственными учреждениями и организациями, правительственными структурами, сектор связей с общественными организациями, сектор выставок и ярмарок, сектор специальных мероприятий, внутрикорпоративный PR, информационно-аналитический центр. Отделы рекламы и PR в системе корпоративного менеджмента. Взаимодействие с отделами аналитики, научных исследований, кадров, юридическим и финансовым, службами маркетинга и потребителей.
3	**Тема 3. Создание положительного имиджа органа государственной власти**	Преимущества PR в государственной организации. Стратегия и тактика позиционирования. Основные элементы корпоративного фирменного стиля. Корпоративный имидж и имидж органа государственной власти и местного самоуправления. Виды позиционирования. PR-технологии. Оценка эффективности. Целевые аудитории.
4	**Тема 4. Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения организации.**	Создание или обновление корпоративного сайта в Интернете. Внутрикорпоративные коммуникации: Intranet и Extranet. Производственный сегмент и его задачи. Поддержание деловых отношений с типографиями, студиями компьютерной графики, съемочными группами и студиями звукозаписи.
5	**Тема 5. Создание информационного поля в общей**	Комментирование и интерпретация корпоративной политики. Современные методики системного анализа и организация работы эксперта. Взаимодействие со СМИ и

	стратегии организации.	с профессиональными объединениями журналистов. Роль менеджера по связям со СМИ. Подготовка и распространение основных корпоративных PR-документов. Подготовка информационной папки (для разных целевых групп) и рассылка пресс-релизов. Творческий сегмент структуры для связей с общественностью. Райтинг: написание текстов, аналитических статей, тезисов выступлений и т.п. Организация пресс-мероприятий.
6	**Тема 6. Специфика работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных учреждениях и в органах политической власти.**	Особенности связей с общественностью в политике и государственном управлении. Связи с общественностью в системе политической коммуникации. Цивилизованные отношения государства и гражданского общества – основа успешной деятельности рекламных и PR-служб. Открытость и демократичность государственной службы как фактор эффективности связей с общественностью. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в органах государственной власти. Информационно-аналитическое обеспечение и планирование деятельности рекламных и PR-служб. Внутрикорпоративный менеджмент, организация работы отделов рекламы и связей с общественностью региональных органов управления. Персонал государственных служб по рекламе и связям с общественностью.

.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	**2**	**3**	**4**
1.	Целесообразность, функции и задачи отделов рекламы и связей с общественностью	*Лекция 1.* *Семинар 1.* *Самостоятельная работа*	*Вводная лекция с использованием видеоматериалов* *Развернутая беседа с обсуждением доклада* *Консультирование и*

			проверка домашних заданий
2.	Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области поддержки общекорпоративной стратегии и тактики	*Лекция 2.* *Семинар 2.* *Самостоятельная работа*	*Лекция с использованием видеоматериалов* *Развернутая беседа с обсуждением доклада* *Консультирование и проверка домашних заданий*
3.	Создание положительного имиджа органа государственной власти	*Лекция 3.* *Лекция 3.* *Семинар 3.* *Самостоятельная работа*	*Лекция с использованием видеоматериалов* *Развернутая беседа с обсуждением доклада* *Консультирование и проверка домашних заданий*
4.	Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения компании.	*Лекция 4.* *Семинар 4.* *Самостоятельная работа*	*Лекция с использованием видеоматериалов* *Развернутая беседа с обсуждением доклада* *Консультирование и проверка домашних заданий*
5.	Создание информационного поля в общей стратегии организации	*Лекция 5.* *Семинар 5.* *Самостоятельная работа*	*Лекция с использованием видеоматериалов* *Развернутая беседа с обсуждением доклада* *Консультирование и проверка домашних заданий*
6.	Специфика работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных учреждениях и в органах политической власти.	*Лекция 6.* *Семинар 6.* *Самостоятельная работа*	*Лекция с использованием видеоматериалов* *Коллоквиум* *Развернутая беседа с обсуждением докладов* *Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты*

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - *опрос* - *участие в дискуссии на семинаре* - *контрольная работа (темы 1-3)* - *контрольная работа (темы 4-5)*	 *5 баллов* *5 баллов* *10 баллов* *10 баллов*	 *30 баллов* *10 баллов* *10 баллов* *10 баллов*
Промежуточная аттестация *(зачет с оценкой)*		*40 баллов*
Итого за семестр *(дисциплину)* */зачёт с оценкой/*		*100 баллов*

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	Отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	Хорошо		C
56 – 67	Удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2.Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	**Оценка по дисциплине**	**Критерии оценки результатов обучения по дисциплине**
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	«удовлетвори-тельно»/ «зачтено (удовлетвори-тельно)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

1. Сравнительная характеристика отделов рекламы и связей с общественностью коммерческих и общественных организаций.
2. Место отделов рекламы и связей с общественностью в системе корпоративного менеджмента.
3. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в проведении маркетинговых исследований.
4. Составление баз данных целевых аудиторий и целевых СМИ.
5. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в подержании корпоративного единства и методы работы с персоналом.
6. Корпоративный стиль: репутация и имидж.
7. Взаимодействие отделов рекламы и связей с общественностью со средствами массовой информации.
8. Методика подготовки основных рекламных и PR-документов.
9. Роль и функции отделов рекламы и связей с общественностью в управлении кризисными ситуациями.
10. Личностные и профессиональные требования к специалистам отделов рекламы и связей с общественностью.
11. Коммуникационная стратегия в контексте менеджмента.
12. Стратегия связей с общественностью в профессиональном контексте.
13. Стратегия связей с общественностью как интегрированная коммуникация.
14. Использование методики рекламы и связей с общественностью в контексте управления персоналом.

15. Стратегия рекламных и PR коммуникаций в контексте маркетинга.
16. Эффективность использования мультимедиа в стратегии продвижения компании.

Самостоятельные работы

1. Изучение методов сбора и анализа информации. Определение видов исследований в корпоративных связях с общественностью. – Тема № 2.
2. Анализ эффективности работы корпоративной службы по рекламе и связям с общественностью – Тема № 4.

Домашние задания

1. Определение и выбор сферы деятельности работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в конкретной сфере общественной жизни. Сбор и анализ информации о ситуации в конкретной отрасли. Информационное сообщение на выбранную тему. – Тема № 3.
3. Предложения по разработке PR стратегии и рекламного сопровождения конкретной организации выбранной сферы общественной жизни. – Тема № 4.
4. Подготовка и написание реферата на тему «Имиджевое позиционирование организации».

Подготовка презентации и выступления «Стратегии имиджевого позиционирования

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники

1. Конституция Российской Федерации / Принята всенародным голосованием 12.12.1993 (с учётом поправок, внесённых Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 04.08.2014. – № 31. – Ст. 4398. [Электронный ресурс] режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
2. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 30.06.2014. – № 26 (Ч. I). – Ст. 3378. [Электронный ресурс] режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/
3. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 16.02.2009. – № 7. – Ст. 776. [Электронный ресурс] режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_84602/

Литература

1. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: Учебник. – М.: Издателско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 488 с. [Электронный ресурс] режим доступа: https://znanium.com/read?id=358540
2. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов.: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 343 с. [Электронный ресурс] режим доступа:https://znanium.com/read?id=348165
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб.пособие для студентов вузов – Издательство «Аспект Пресс», 2017. – 159 с. [Электронный ресурс] режим доступа: https://znanium.com/read?id=343705

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1 www.consultant.ru Справочная правовая система «КонсультантПлюс»
2 СПС Гарант v.7 - Справочно-Правовая Система
3 Электронная Библиотека Диссертаций Российской государственной библиотеки ЭБД РГБ. Включает полнотекстовые базы данных диссертаций. http://diss.rsl.ru
4 www.iqlib.ru Электронная библиотека образовательных и научных изданий Iqlib.
5 http://www.cir.ru Университетская информационная система Россия. УИС РОССИЯ.
6. www.public.ru Интернет-библиотека СМИ Public.ru
7. Электронная библиотечная система «КнигаФонд». - URL: http://www.knigafund.ru/products/32 (дата обращения: 21.06.2011). - Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
8. ЭБС «Университетская библиотека он-лайн» .- URL: http://www.biblioclub.ru/ (дата обращения: 21.06.2011). - Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
9. Портал «Гуманитарное образование». – URL: http://www.humanities.edu.ru/ (дата обращения: 21.06.2011).
10.Федеральный портал «Российское образование». – URL: http://www.edu.ru/ (дата обращения: 21.06.2011).
11.Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов». – URL: http://school-collection.edu.ru/ (дата обращения: 21.06.2011
12. http://www.politcenter.ru/ Центр исследования политической культуры
13. Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp
14. Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru
15. Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru
16. Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru
17. Эл.-библиотечная система издательства «Лань». URL: http://e.lanbook.com;
18. Электронно-библиотечная система «Юрайт». URL: http://www.biblio-online.ru.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения лекций и семинарских занятий необходима учебная аудитория, оборудованная компьютером, мультимедиа-проектором, экраном, доской. В аудиториях установлено следующее программное обеспечение:

Перечень программного обеспечения

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 19 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statisctics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statisctics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное

11	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемыми эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Тема 1. (2 ч) Целесообразность, функции и задачи отделов рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные направления PR и рекламы.
2. Основные задачи специалистов по рекламе и PR.
3. Главные функции в сфере рекламы и PR. Функции специалистов по рекламе и связям с общественностью.
4. Сферы общественной жизни, в которых функционируют связи с общественностью и реклама.

Тема 2.(2 ч) Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области поддержки общекорпоративной стратегии и тактики.

Задание:

Выбрать организацию (государственную структуру). Проанализировать фукциональные задачи PR отдела. Презентовать на семинаре.

- Функциональный принцип построения отделов рекламы и связей с общественностью.
- Ключевые подразделения, входящие в состав корпоративных структур по рекламе и связям с общественностью:
  - сектор связей со СМИ,
  - сектор связей с государственными учреждениями и организациями, правительственными структурами, сектор связей с общественными организациями,
  - сектор выставок и ярмарок,
  - сектор специальных мероприятий,
  - внутрикорпоративный PR,
  - информационно-аналитический центр.

Тема 3. (2 ч) Создание положительного имиджа органа государственной власти
Вопросы для обсуждения:

1. Преимущества PR в государственной организации.
2. Стратегия и тактика позиционирования.
3. Основные элементы корпоративного фирменного стиля.
4. Корпоративный имидж и имидж органа государственной власти и местного самоуправления.

Тема 4. (4 ч) Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения организации.
Темы коллоквиума

1. Создание или обновление корпоративного сайта в Интернете.
2. Внутрикорпоративные коммуникации: Intranet и Extranet.
3. Мультимедийные средства коммуникации

Тема 5. (4 ч) Создание информационного поля в общей стратегии организации.

Темы докладов-презентаций:

1. Взаимодействие отделов рекламы и связей с общественностью со средствами массовой информации.
2. Методика подготовки основных рекламных и PR-документов.
3. Взаимодействие со СМИ и с профессиональными объединениями журналистов. Творческий сегмент структуры для связей с общественностью.
4. Организация пресс-мероприятий.

Тема 6. Специфика работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных учреждениях и в органах политической власти.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности связей с общественностью в политике и государственном управлении.
2. Связи с общественностью в системе политической коммуникации.
3. Цивилизованные отношения государства и гражданского общества – основа успешной деятельности рекламных и PR-служб.
4. Открытость и демократичность государственной службы как фактор эффективности связей с общественностью.
5. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в органах государственной власти.
6. Информационно-аналитическое обеспечение и планирование деятельности рекламных и PR-служб.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Методические указания по подготовке к опросу
Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Методические рекомендации по написанию реферата, эссе, доклада:

Реферат, эссе, доклад являются видом самостоятельной содержательной работы обучающихся, а равно могут выступать в качестве контрольной работы.

Реферат, эссе, доклад являются авторской самостоятельной творческой (научно-теоретической и/или научно-практической) работой обучающегося, призванный закрепить полученные в ходе аудиторных занятий знания, умения, навыки, компетенции, а равно призванной продемонстрировать и выявить степень освоения обучающимся знаний, навыков, умений и компетенций, полученных обучающимся в процессе изучения дисциплины, степень овладения обучающимися теоретико-методологическими основами дисциплины и ее терминологией, степень умения излагать собственное концептуальное видение проблемы, степень умения резюмирования предварительно полученных выводов и их защиты (отстаивания).

Эссе – работа, приготовленная в свободной композиции, объемом до 3-7 страниц, и отражающая рефлексии обучающегося на заданную или самостоятельно выбранную обучающимся (но в рамках дисциплины) тему.

Текст реферата и доклада должен быть написан в строгом научном стиле и оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к такого рода работам. Объем реферата – 7–12 страниц. Объем доклада – от 10-12 страниц. Как правило, доклад и реферат предназначены под развернутое публичное сообщение.

Рекомендуемый алгоритм выполнения задания (подготовки реферата или доклада):

1. Выбор и четкое формулирование темы, если таковая не была обучающемуся задана. Осмысление темы, оценка степени ее исследованности. Определение своего исследовательского сегмента выбранной темы. Формулирование предмета и объекта исследования.
2. Краткое обоснование научно-теоретической и научно-практической актуальности избранной темы (конкретного ее сегмента или направления).
3. Формулирование цели исследования (реферата или доклада), а также вытекающих из нее исследовательских задач.
4. Подбор источниковой основы.
5. Формулирование примерного плана работы – последовательности примерных тематических разделов работы.
6. Критический анализ и обобщение подобранных материалов, фактов, сведений, их авторские осмысление и интерпретация. Исследование литературы, справочных и научных источников, включая зарубежные, по теме работы, анализ основных концепций отечественных и зарубежных авторов по теме работы.
7. Последовательное изложение материала соответственно спроектированным примерным тематическим разделам работы. Формулирование собственных суждений и оценок. Формирование логически обоснованной и стройной структуры, обеспечение четкой логики развития излагаемого материала. Обеспечение стилевой однородности всей работы.
8. Формулирование заключения работы – основных результирующих авторских выводов, описаний достижений и результатов, авторский предложений и рекомендаций.
9. Оценка и подтверждение достоверности и адекватности полученных результатов.
10. Библиография (не менее 10-20 библиографических записей источников, включая нормативно-правовые акты). (Каждый не авторский фрагмент текста – от фразы до абзаца – должен быть снабжен ссылкой на первоисточник).

Приложение 1

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и местного самоуправления

Дисциплина реализуется на факультете архивного дела *в* УНЦ «Новая Россия. История постсоветской России»

Цель дисциплины «Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и местного самоуправления» - сформировать у студентов комплексное понимание принципов и норм работы специалистов по рекламе и связям с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления, а также раскрыть возможность прикладного применения полученных знаний в организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- передача студентам целостного представления о назначении, характере, содержании и особенностях деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью в России;
- изучение основ деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью, взаимоотношений внутри организации;
- обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы в отделах по рекламе и связям с общественностью;
- изучение и понятие специфики организационных принципов деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью;
- формирование базовых навыков организации работы отделов по рекламе и связям с общественностью.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- **ПК 4** умение управлять потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением.
- **ПК 11** способность к публичным выступлениям на актуальные темы на семинарах, научно-теоретических и научно-практических конференциях.

В результате освоения дисциплины *(модуля)* обучающийся должен:

1. Знать методологию взаимодействия и управления потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением.
2. *Уметь:* выступать на актуальные темы на семинарах, научно-теоретических и научно-практических конференциях.
3. *Владеть:* публичных выступлений на актуальные темы.
4.

По дисциплине *(модулю)* предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета.*

Общая трудоемкость освоения дисциплины *(модуля)* составляет 2 зачетных единиц.

Приложение 2

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	*Обновлена структура дисциплины для очной формы обучения, состав программного обеспечения, современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы*	*26.06.2018 г.*	**11**
2	Приложение №1		
3	*Обновлена структура дисциплины для очно-заочной формы обучения, состав программного обеспечения, современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы*	*29.06.2019 г.*	**9**
4	Приложение №2		
5	*Обновлена структура дисциплины для очной и очно-заочной формы обучения, образовательные технологии, состав программного обеспечения, современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы*	*30.08.2020 г*	**1**
6	Приложение №3		

Приложение к листу изменений №1

1. Структура дисциплины (к п. 2 РПД на 2018)

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., промежуточная аттестация 18 самостоятельная работа обучающихся 26 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Контактная				Промежуточная	Самостоятель-ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия			
1	Тема 1. Целесообразность, функции и задачи отделов рекламы и связей с общественностью		**2**	**2**				**4**	**О**
2	Тема 2. Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области поддержки общекорпоративной стратегии и тактики		**2**	**2**				**4**	**Д**
3	Тема 3. Создание положительного имиджа органа государственной власти		**2**	**2**				**4**	**О**
4	Тема 4. Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения компании.		**2**	**4**				**4**	**Д**
5	Тема 5. Создание информационного поля в общей стратегии организации		**2**	**4**				**4**	**О**
6	Тема 6. Специфика работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных учреждениях и в органах политической власти.		**2**	**2**				**6**	**ГЗ, КС**
	экзамен						**18**		*доклад-презентация*

	итого:	**72**	**12**	**16**			**18**	**26**	

2. Перечень ПО

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statisctics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statisctics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное

3. Перечень БД и ИСС

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Приложение к листу изменений №2

1. Структура дисциплины (к п. 2 РПД на 2019)

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 16 ч., промежуточная аттестация 18 самостоятельная работа обучающихся 38 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Контактная				Промежуточная	Самостоятель-ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия			
1	Тема 1. Целесообразность, функции и задачи отделов рекламы и связей с общественностью		**2**					**6**	**О**
2	Тема 2. Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области поддержки общекорпоративной стратегии и тактики		**2**					**6**	**Д**
3	Тема 3. Создание положительного имиджа органа государственной власти		**2**	**2**				**6**	**О**
4	Тема 4. Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения компании.		**2**	**2**				**6**	**Д**
5	Тема 5. Создание информационного поля в общей стратегии организации			**2**				**6**	**О**
6	Тема 6. Специфика работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных учреждениях и в органах политической власти.			**2**				**8**	**ГЗ, КС**
	экзамен						**18**		*доклад-*

									презентация
	итого:	**72**	**8**	**8**			**18**	**38**	

1. Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statisctics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statisctics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

2. Перечень БД и ИСС

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Приложение к листу изменений №3

1. Структура дисциплины (к п. 2 РПД на 2020)

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., промежуточная аттестация 18 самостоятельная работа обучающихся 30 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Контактная				Промежуточная	Самостоятель-ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия			
1	Тема 1. Целесообразность, функции и задачи отделов рекламы и связей с общественностью		**2**	**2**				**4**	**О**
2	Тема 2. Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области поддержки общекорпоративной стратегии и тактики		**2**	**2**				**4**	**Д**
3	Тема 3. Создание положительного имиджа органа государственной власти		**2**	**2**				**4**	**О**
4	Тема 4. Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения компании.		**2**	**4**				**6**	**Д**
5	Тема 5. Создание информационного поля в общей стратегии организации		**2**	**4**				**6**	**О**
6	Тема 6. Специфика работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных учреждениях и в органах политической власти.		**2**	**2**				**6**	**ГЗ, КС**

	экзамен						**18**		*доклад-презентация*
	итого:	**72**	**12**	**16**			**18**	**30**	

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 16 ч., промежуточная аттестация 18 самостоятельная работа обучающихся 42 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Контактная				Промежуточная	Самостоятель-ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия			
1	Тема 1. Целесообразность, функции и задачи отделов рекламы и связей с общественностью		**2**					**6**	**О**
2	Тема 2. Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области поддержки общекорпоративной стратегии и тактики		**2**					**6**	**Д**
3	Тема 3. Создание положительного имиджа органа государственной власти		**2**	**2**				**6**	**О**
4	Тема 4. Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения компании.		**2**	**2**				**8**	**Д**
5	Тема 5. Создание информационного поля в общей стратегии организации			**2**				**8**	**О**
6	Тема 6. Специфика работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных учреждениях и в органах политической власти.			**2**				**8**	**ГЗ, КС**
	экзамен						**18**		*доклад-*

									презентация
	итого:	**72**	**8**	**8**			**18**	**38**	

2. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

– видео-лекции**;**

– онлайн-лекции в режиме реального времени;

– электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;

– системы для электронного тестирования;

– консультации с использованием телекоммуникационных средств.

3. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

4. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое

5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statisctics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statisctics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное