

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ИСТОРИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ)
Учебно-научный центр «Новая Россия. История постсоветской России»

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

41.03.02 Регионоведение России

Код и наименование направления подготовки/специальности

Историко-культурное развитие регионов России

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Связи с общественностью и региональная политика
Рабочая программа дисциплины

Составители:

К. псих. н., доцент Е. Б. Зиновьева

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания УНЦ «Новая Россия. История постсоветской России»

№ 6 от 13.12.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
2. Структура дисциплины.....	4
3. Содержание дисциплины.....	5
4. Образовательные технологии.....	6
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	6
5.1 Система оценивания.....	6
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине.....	7
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	8
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	8
6.1 Список источников и литературы.....	8
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	8
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	9
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	9
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	10
9. Методические материалы.....	11
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....	11
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	11
9.3 Другие материалы.....	12
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....	13

1 Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - сформировать у студентов комплексное понимание принципов управления общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Изучить научные подходы и нормы работы специалистов по связям с общественностью в области государственной региональной политики.

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 в государственном управлении;
- обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы по связям с общественностью в региональной политике;
- изучение и понятие специфики организационных принципов деятельности специалистов по связям с общественностью;
- формирование базовых навыков организации работы отделов по связям с общественностью при формировании бренда региона.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-4. Способен осуществлять и иностранном(ых) деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации языке (ах)	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия;	<i>Знать:</i> основы деловой коммуникации. <i>Уметь:</i> логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия. <i>Владеть:</i> системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов).
	УК-4.2. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык	<i>Знать:</i> деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации языке (ах). <i>Уметь:</i> анализировать и критически оценивать устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке. <i>Владеть:</i> навыками перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на

	(-и); УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках.	иностранной (-ые) язык (-и). <i>Знать:</i> информационно-коммуникационные технологии. <i>Уметь:</i> использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач. <i>Владеть:</i> навыком использования информационно-коммуникационные технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках.
ПК-1. Способен осуществлять сбор, подготовку и представление актуальной информации в сфере политического, социального, экономического и культурного развития региона.	ПК-1.1. Использует в практической работе базы данных, поисковые системы, методы сбора и обработки материала, инструментарий мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по региональной проблематике.	<i>Знать:</i> методологию взаимодействия и управления потоками информационного взаимодействия Общественных и государственных организаций с населением. <i>Уметь:</i> использовать в практической работе базы данных, поисковые системы, методы сбора и обработки материала. <i>Владеть:</i> навыками сбора и обработки материала, инструментарий мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по региональной проблематике.
	ПК-1.2. Составляет программу экспертного опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона, проводит экспертный опрос, анализирует и интерпретирует его результаты, готовит аналитическую записку с выводами и практическими	<i>Знать:</i> программу экспертного опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона. <i>Уметь:</i> проводить экспертный опрос, анализировать и интерпретировать его результаты. <i>Владеть:</i> навыком проведения экспертных опросов, анализа и интерпретации его результатов, готовить аналитическую записку с выводами и практическими рекомендациями по результатам

	рекомендациями по результатам экспертного опроса.	экспертного опроса.
--	---	---------------------

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Связи с общественностью и региональная политика» относится к 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: «Политический анализ и прогнозирование», «Политическое регионоведение».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Информационно-коммуникационные технологии в региональных исследованиях».

2 Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
7	Лекции	20
7	Семинары	22
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часов.

3 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину. Объект, предмет исследования связей с общественностью.

Основные направления изучения основ связей с общественностью в сфере государственной политики. Задачи и главные функции специалистов в сфере связей с общественностью (PR). Государственная региональная политика и PR в регионах России.

Тема 2. Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области государственной региональной политики.

Функциональный принцип построения отделов рекламы и связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении. Ключевые направления деятельности по 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 и т.д. Взаимодействие с отделами аналитики, научных исследований, кадров, юридическим и финансовым, службами маркетинга и потребителей.

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.

Тема 4. Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения региона.

Создание или обновление сайта в Интернете. Внутрикorporативные коммуникации: Intranet и Extranet. Производственный сегмент и его задачи. Поддержание деловых отношений с типографиями, студиями компьютерной графики, съемочными группами и студиями звукозаписи. Социальные медиа (Одноклассники, В контакте и т.д.).

Тема 5. Создание информационного поля в общей стратегии региональной политики.

Комментирование и интерпретация корпоративной политики. Современные методики системного анализа и организация работы эксперта. Взаимодействие со СМИ и 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. Рейтинг: написание текстов, аналитических статей, тезисов выступлений и т.п. Организация пресс-мероприятий.

Тема 6. Специфика исследования и формирования бренда региона.

Основные критерии исследования бренда региона. Методы социологических исследований в PR. Специфика работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных учреждениях и в органах политической власти по формированию бренда региона. Связи с общественностью в системе политической коммуникации. Организация работы связей с общественностью региональных органов управления и оценка эффективности.

4Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Введение в дисциплину. Объект, предмет исследования связей с общественностью.	<i>Лекция 1.</i> <i>Семинар 1.</i> <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов</i> <i>Развернутая беседа с обсуждением доклада</i> <i>Консультирование и проверка домашних заданий</i>
2.	Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области государственной региональной политики.	<i>Лекция 2.</i> <i>Семинар 2.</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов</i> <i>Развернутая беседа с обсуждением доклада</i>

		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Консультирование и проверка домашних заданий</i>
3.	Создание положительного имиджа органа государственной власти.	<i>Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий</i>
4.	Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения региона.	<i>Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий</i>
5.	Создание информационного поля в общей стратегии региональной политики.	<i>Лекция 5. Семинар 5. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий</i>
6.	Специфика исследования и формирования бренда региона.	<i>Лекция 6. Семинар 6. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Коллоквиум Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

5 Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов

Промежуточная аттестация – экзамен	40 баллов
Итого за семестр	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
0 – 19	не зачтено	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	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>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.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>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.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

Примерная тематика рефератов и учебной научно-исследовательской работы студентов

1. Сравнительная характеристика отделов рекламы и связей с общественностью коммерческих, государственных и общественных организаций.
2. Цели и задачи связей с общественностью в системе государственной региональной политики.
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 поддержании корпоративного единства и методы работы с персоналом.
6. Формирование репутации и имиджа региона.
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 в государственном и муниципальном управлении.
11. Коммуникационная стратегия в контексте региональной политики.
12. Функциональные задачи связей с общественностью в сфере муниципального управления.
13. Стратегия исследования коммуникаций с общественностью при создании бренда региона.
14. Использование методики социологических исследований в связях с общественностью.
15. Политические коммуникации и региональная политика.
16. Эффективность использования мультимедиа в стратегии позиционирования региона.
17. Интернет и социальные медиа в связях с общественностью с целью формирования имиджа региона.

Самостоятельные работы

1. Изучение методов сбора и анализа информации. Определение видов исследований в связях с общественностью. – Тема № 2.
2. Анализ эффективности работы 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 конкретном регионе. Информационное сообщение на выбранную тему. – Тема № 3.
 3. Предложения по разработке PR стратегии и рекламного сопровождения конкретного региона. – Тема № 4.
 4. Подготовка и написание реферата на тему «Имиджевое позиционирование региона и его первых лиц».
- Подготовка презентации и выступления «Стратегии имиджевого позиционирования».

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

основные

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.
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. В ред. от 03.07.2016 – СПС «Гарант».
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. В ред. от 09.03.2016 – СПС «Гарант».

дополнительные

1. 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. В ред. от 09.03.2016 – СПС «Гарант».
2. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» // СПС «Гарант».
3. Федеральный закон от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 06.06.2005. – № 23. – Ст. 2199. В ред. от 05.05.2014 – СПС «Гарант».
4. Закон РФ «О средствах массовой информации» // Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. – М.: Изд-во Проспект, 2011. – 32с. Закон «О рекламе» <http://www.consultant.ru/popular/advert>
5. Ассоциация коммуникационных агентств России <http://www.akarussia.ru/>
6. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО): <http://www.raso.ru/>
7. Ассоциация компаний консультантов в области общественных связей (АКОС): <http://www.akospr.ru/>
8. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям <http://www.fapmc.ru/rospechat.html>

Литература

основная

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473039>
2. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / В. П. Ратников [и др.] ; под редакцией В. П. Ратникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 527 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3685-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487259>
3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472261>
4. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469810>
5. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/479369>
6. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468724>

дополнительная

1. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469273> Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 603 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425831>
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474171>

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](http://www.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>.

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная мебель: рабочие места для обучающихся, рабочее место для педагогического работника, доска. Демонстрационное оборудование/Технические средства: персональный компьютер для педагогического работника; акустические колонки, проектор (стационарный), микрофон.

Помещ. для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал Научной библиотеки (филиал библиотеки в Историко-архивном институте). Комплект специализированной мебели: учебная мебель, компьютерные столы
Технические средства: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду РГГУ (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi). Компьютеры для обучающихся.

Состав программного обеспечения (ПО)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office	Microsoft	лицензионное
3	Windows	Microsoft	лицензионное
4	Zoom	Zoom	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, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9 Методические материалы

9.1 Планы семинарских/практических/ лабораторных занятий

Тема 1. (2 ч) Введение в дисциплину. Объект, предмет исследования 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 государственной региональной политики.

Задание:

Выбрать организацию (государственную структуру). Проанализировать функциональные 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 региона.

Темы коллоквиума

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

Тема 5. (2 ч) Создание информационного поля в общей стратегии региональной политики.

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 исследования и формирования бренда региона.

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).

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины - сформировать у студентов комплексное понимание принципов управления общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Изучить научные подходы и нормы работы специалистов по связям с общественностью в области государственной региональной политики.

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 в государственном управлении;
- обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы по связям с общественностью в региональной политике;
- изучение и понятие специфики организационных принципов деятельности специалистов по связям с общественностью;
- формирование базовых навыков организации работы отделов по связям с общественностью при формировании бренда региона.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач.

Уметь: использовать в практической работе базы данных, поисковые системы, методы сбора и обработки материала, инструментарий мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по региональной проблематике.

Владеть: программой экспертного опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона.