

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»  
(КГУ)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ**

Направление подготовки/специальность:  
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность/специализация:  
Управление развитием территорий

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома  
2021

Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (приказ Минобрнауки России от 13 августа 2020 г. №1016)

Разработал: Стрельченко Татьяна Геннадьевна, к.э.н., доцент

Рецензенты: Журин Ю.В., Глава города Костромы  
Скобелкин О.Н., к.э.н., председатель комитета по бюджету,  
налогам, банкам и финансам Костромской областной Думы.

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА  
на заседании кафедры экономики и управления  
(протокол от 20 мая 2021 г. № 15)

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА  
на заседании кафедры экономики и управления  
(протокол от \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_)

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА  
на заседании кафедры экономики и управления  
(протокол от \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_)

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА  
на заседании кафедры экономики и управления  
(протокол от \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_)

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА  
на заседании кафедры экономики и управления  
(протокол от \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_)

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины** – формирование у студентов теоретической базы и практических навыков реализации мероприятий коммуникативного характера в сфере государственного и муниципального управления для решения задач в профессиональной деятельности.

### **Задачи дисциплины:**

- изучение принципов и технологий взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;
- изучение принципов и базовых технологий реализации внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций в сфере государственного и муниципального управления;
- формирование умений и навыков планирования и осуществления различных PR – мероприятий для осуществления взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции:

**ОПК-7** – Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

Код и содержание индикаторов компетенции:

**ИК.ОПК-7.1.** Владеет методами реализации внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций в сфере государственного и муниципального управления.

### **Знать:**

- основные модели связей с общественностью;
- особенности связей с общественностью в государственных органах;
- понятие референтной группы;
- приемы эффективной коммуникации и аргументации.

### **Уметь:**

- применять приемы эффективной коммуникации и аргументации, учитывать специфику речевого взаимодействия при реализации внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций в сфере государственного и муниципального управления;
- использовать различные элементы коммуникационной политики в целях формирования эффективных внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций.

### **Владеть:**

- навыками применения приемов эффективной коммуникации при реализации внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций в сфере государственного и муниципального управления.

**ИК.ОПК-7.2.** Использует различные каналы коммуникации, методы и инструменты коммуникаций для осуществления взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

### **Знать:**

- основные методы и инструменты осуществления коммуникаций при взаимодействии органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации;

– правила делового общения и публичных выступлений, ведения переговоров, совещаний, осуществления деловой переписки и поддержки электронных коммуникаций в государственном и муниципальном управлении.

**Уметь:**

– соблюдать правила делового общения и публичных выступлений, ведения переговоров, совещаний, осуществления деловой переписки и поддержки электронных коммуникаций в государственном и муниципальном управлении;

– организовывать брифинги, пресс-конференции, интервью и иные мероприятия с участием средств массовой информации, развивать и наполнять официальные интернет-сайты государственных органов и представительств в социальных сетях и блогах, организовать брифинги, пресс-конференции, интервью и иные мероприятия с участием средств массовой информации; развивать и наполнять официальные интернет-сайты государственных органов и представительств в социальных сетях и блогах.

**Владеть:**

– навыками применения правил делового общения, публичных выступлений, ведения переговоров, осуществления деловой переписки и поддержки электронных коммуникаций в государственном и муниципальном управлении;

– технологиями разработки и проведения PR-мероприятий в целях осуществления взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана. Изучается в 5 семестре (очная форма обучения), 3 курсе – заочная форма обучения.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик:  
– подготовка и защита выпускной квалификационной работы.

### 4. Объем дисциплины

#### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма	Заочная
Общая трудоемкость в зачетных единицах	5	5
Общая трудоемкость в часах	180	180
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	50	16
Лекции	16	8
Практические занятия	34	8
Лабораторные занятия	–	–
Практическая подготовка	8	8
Самостоятельная работа, в том числе (в часах):	87,65	148,65
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

#### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Заочная
Лекции	16	8
Практические занятия	34	8
Лабораторные занятия	–	–
Консультации	2	2
Зачет/зачеты	–	–
Экзамен/экзамены	0,35	0,35
Курсовые работы	–	–
Курсовые проекты	4	4
Всего	56,35	22,35

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий**

**5.1 Тематический план учебной дисциплины**

**Тематический план учебной дисциплины (очная форма обучения)**

№	Название раздела, темы	Всего, час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			лекц.	практ.	лаб.	
1	Предмет, основные понятия и функции общественных отношений (далее - ПР), взаимодействие ПР со смежными областями – пропагандой, рекламой и маркетингом.	8	2	4	–	2
2	Деловое общение	8	2	4	–	2
3	Основные организационные формы управления ПР: ПР-агентства, структура корпоративной службы ПР, ПР-подразделения в органах государственной власти.	8	2	4	–	2
4	Особенности взаимодействия со средствами массовой информации	8	2	4	–	2
5	Антикризисное управление в деятельности организации	8	2	4	–	2
6	Особенности взаимоотношений коммерческих организаций с органами государственной власти, понятие лоббирования.	8	2	4	–	2
7	Политический ПР: особенности построения предвыборной кампании, качества кандидата, формирование имиджа политика, политическая риторика.	13,65	2	6	–	5,65
8	Особенности формирования имиджа органов государственной власти в глазах различных кругов общественности, имидж первого лица государства.	10	2	4	–	4
	Курсовой проект	30				30
	Экзамен	36	–	–	–	36
	<b>ИТОГО</b>	–	16	34	–	87,65

**Тематический план учебной дисциплины (заочная форма обучения)**

№	Название раздела, темы	Всего, час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			лекц.	практ.	лаб.	
1	Предмет, основные понятия и функции общественных отношений (далее - ПР), взаимодействие ПР со смежными областями – пропагандой, рекламой и маркетингом.	12	1	1	–	10
2	Деловое общение	17	1	1	–	15
3	Основные организационные формы управления ПР: ПР-агентства, структура корпоративной службы ПР, ПР-подразделения в органах государственной власти.	12	1	1	–	10
4	Особенности взаимодействия со средствами массовой информации	17	1	1	–	15
5	Антикризисное управление в деятельности организации	14	1	1	–	12
6	Особенности взаимоотношений коммерческих организаций с органами государственной власти, понятие лоббирования.	14,65	1	1	–	12,65
7	Политический ПР: особенности построения предвыборной кампании, качества кандидата, формирование имиджа политика, политическая риторика.	22	1	1	–	20
8	Особенности формирования имиджа органов государственной власти в глазах различных кругов общественности, имидж первого лица государства.	17	1	1	–	15
	Курсовой проект	30				30
	Экзамен	9	–	–	–	9
	<b>ИТОГО</b>	–	8	8	–	148,65

## 5.2. Содержание дисциплины

### **Тема 1. Предмет, основные понятия и функции общественных отношений, взаимодействие PR со смежными областями – пропагандой, рекламой и маркетингом.**

Понятие и виды общественности. Понятие общественного мнения. Этапы и методы формирования общественного мнения. Технологии формирования общественного мнения. Понятие связей с общественностью (PR). Роль связей с общественностью в жизни общества.

Направления деятельности PR-специалиста – работа с внешней общественностью и работа с внутренней общественностью. Задачи PR-специалиста при работе с внешней и внутренней общественностью.

Основные функции общественных отношений – информационная, организационно-технологическая, консультативно-методическая, престижная, барьерная, предрекламная, гуманистическая.

Основные направления практической деятельности PR-специалиста – формирование общественного мнения, установление эффективных коммуникаций с представителями различных деловых кругов общественности, органами государственной власти, финансовыми институтами; разработка эффективных механизмов взаимодействия со СМИ – прессой, радио, телевидением; антикризисное управление, международные отношения, потребительские отношения.

Связь PR с другими науками – журналистикой, пропагандой, рекламой, этикетом, социальной психологией, логикой, информатикой, менеджментом, маркетингом и другими.

Динамика развития PR в мировом пространстве. Первый этап эволюционного развития связей с общественностью. Первое употребление выражения «PR». Деятельность «отца современных PR» - Айви Ли. Развитие связей с общественностью во время 1-ой и 2-ой Мировых войн. Развитие PR в России.

Взаимосвязь и различие связей с общественностью с пропагандой, рекламой, маркетингом.

### **Тема 2. Деловое общение.**

Понятие и принципы делового общения. Этапы делового общения. Стили делового общения. Формы делового общения. Методика осуществления эффективных публичных выступлений. Методика ведения эффективных переговоров. Осуществление деловой переписки и электронных коммуникаций. Коммуникативные барьеры. Правила ведения споров.

### **Тема 3. Основные организационные формы управления PR: PR-агентства, структура корпоративной службы PR, PR-подразделения в органах государственной власти.**

Основные функции и задачи ведущих PR-агентств – американское общество по связям с общественностью (PRSA), институт общественного мнения (IPR), международная ассоциация служб связей с общественностью (IPRA), российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО), ассоциация компаний-консультантов в сфере общественных связей (АКОС).

Организационная структура PR-службы, примерный штат сотрудников PR-службы – начальник отдела, менеджер по работе со СМИ, специалист по созданию и распространению оперативной информации, менеджер по спецпроектам, журналист, спичрайтер. Достоинства и недостатки для создания самостоятельного PR-подразделения в структуре организации, достоинства и недостатки передачи PR-функций внешнему консалтинговому агентству.

PR-подразделения в государственных структурах. Структура и функции пресс-центра. Главные задачи, которые решают PR-подразделения в органах государственной власти. Отличие работы PR-подразделений федерального, регионального и местного уровней власти.

### **Тема 4. Особенности взаимодействия со средствами массовой информации.**

Основные принципы взаимодействия общества, фирм и компаний со СМИ. Цели, задачи, права, обязанности представителей СМИ. Основные виды СМИ.

Особенности работы PR-специалиста с представителями телевидения. Достоинства и

недостатки использования телевидения в работе ПР-специалиста. Особенности восприятия телероликов различными группами общественности. Особенности построения фраз на телеэкранах. Виды телерадиокомпаний, действующих на телевидении.

Особенности работы ПР-специалиста на радио. Достоинства и недостатки использования радио в ПР-программах. Требования к тексту ПР-сообщений для радио.

Особенности использования печатных средств в работе ПР-специалиста – газет и журналов. Рекомендации по написанию и размещению информационных материалов в прессе. Виды информационных сообщений для прессы (бэкграундер, факт-лист, кейс-история, обзорные статьи и другие). Медиа-кит. Понятие и особенности оформления пресс-релиза.

Возможности использования интернета для ПР-специалиста. Достоинства и недостатки и отличие от СМИ.

#### **Тема 5. Антикризисное управление в деятельности организации.**

Понятие и виды кризисов в организации. Конфликт – понятие, виды: внутриличностный и межличностный. Слухи и стратегии борьбы с ними.

Спиндоктор: понятие и функциональные обязанности. Отличие работы спиндоктора от журналиста.

Методы антикризисного управления. Диагностика кризисных явлений на предприятии. Модель антикризисного управления в организации. Рекомендации руководителю организации – как действовать в кризисной ситуации.

#### **Тема 6. Особенности взаимоотношений коммерческих организаций с органами государственной власти, понятие лоббирования.**

Цели и задачи работы ПР-служб с государственными институтами. Понятие и основные направления спонсирования. Патронаж. Благотворительность. Особенности работы коммерческих ПР-служб с общественными организациями.

Понятие и цели лоббирования. Значение лоббирования. Три основных пути влияния бизнеса на органы государственной власти. Правовые основы лоббирования. Содержание работы лоббистов. Технологии лоббирования. Подготовка к лоббированию, непосредственное лоббирование, опосредованное (местное) лоббирование. Методы лоббирования.

#### **Тема 7. Политический ПР: особенности построения предвыборной кампании, качества кандидата, формирование имиджа политика, политическая риторика.**

Понятие избирательной кампании. Основные принципы организации эффективной избирательной кампании. Методы и средства, используемые в предвыборной кампании.

Подготовка кандидата в избирательной кампании. Качества кандидата, наиболее ценимые избирателями. Пути формирования имиджа кандидата. Составляющие имиджа кандидата. Политическая риторика. Штатный персонал предвыборной кампании.

Организационные схемы избирательной кампании. Специальные программы в ходе избирательной кампании («от двери к двери», «активизация явки избирателей на выборы»). «Черный» пиар – понятие, виды, способы защиты.

#### **Тема 8. Особенности формирования имиджа органов государственной власти в глазах различных кругов общественности, имидж первого лица государства.**

Цель государственного пиара. Основные задачи ПР-структур органов власти. Имидж органов власти как средство воздействия на массовое сознание. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе «государственная власть – общество». Имидж и репутация власти: разница понятий и сущностные черты. Государственный праздник как социально-коммуникативная технология власти. Пропаганда как технология влияния на массовое сознание и ее разновидности.

Имидж политического лидера – приемы и специфика его формирования. Составляющие имиджа политического лидера. Формирование эффективного политического имиджа. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований. Культ личности лидера.

### 5.3. Практическая подготовка

#### 5.3.1. Практическая подготовка (очная форма обучения)

Код, направление, направленность	Наименование дисциплины	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки						
		Всего	Семестр 5			Семестр ..		
			Лекции	Пр.зан.	Лаб.р.	...	...	...
38.03.04 Государственное и муниципальное управление – Управление развитием территорий	Связи с общественностью в органах власти	8	–	8	–	–	–	–

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Число часов практической подготовки			
			Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб.раб
ОПК-7	ИК.ОПК-1.1	Творческое исследовательское задание (составить план действий при организации ПР-мероприятия; оформить бейдж для проведения конференции; написать информационное сообщение для СМИ; написать информационное сообщение для сайта)	4	–	4	–
ОПК-7	ИК.ОПК-1.2	Творческое исследовательское задание (написать пресс-релиз; написать новость по формуле «жестких новостей»; проанализировать содержание сайта политической партии на предмет наличия технологий избирательных кампаний; разработать план действий в кризисной ситуации)	4	–	4	–

### 5.3.2. Практическая подготовка (заочная форма обучения)

Код, направление, направленность	Наименование дисциплины	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки						
		Всего	Курс 3			Семестр ..		
			Лекции	Пр.зан.	Лаб.р.	...	...	...
38.03.04 Государственное и муниципальное управление – управление развитием территории	Связи с общественностью в органах власти	8	–	8	–	–	–	–

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Число часов практической подготовки			
			Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб.раб
ОПК-7	ИК.ОПК-1.1	Творческое исследовательское задание (составить план действий при организации ПР-мероприятия; оформить бейдж для проведения конференции; написать информационное сообщение для СМИ; написать информационное сообщение для сайта)	4	–	4	–
ОПК-7	ИК.ОПК-1.2	Творческое исследовательское задание (написать пресс-релиз; написать новость по формуле «жестких новостей»; проанализировать содержание сайта политической партии на предмет наличия технологий избирательных кампаний; разработать план действий в кризисной ситуации)	4	–	4	–

**6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины  
6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине**

**Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине  
(очная форма обучения)**

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Предмет, основные понятия и функции общественных отношений (далее - ПР), взаимодействие ПР со смежными областями – пропагандой, рекламой и маркетингом.	Подготовиться к опросу Творческое исследовательское задание	2	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка творческого исследовательского задания
2	Деловое общение	Подготовиться к опросу и заданиям	2	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка кейс-задания и творческого исследовательского задания
3	Основные организационные формы управления ПР: ПР-агентства, структура корпоративной службы ПР, ПР-подразделения в органах государственной власти.	Подготовиться к опросу	2	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос
4	Особенности взаимодействия со средствами массовой информации	Подготовиться к опросу Творческое исследовательское задание	2	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка творческого исследовательского задания
5	Антикризисное управление деятельности организации	Подготовиться к опросу Творческое исследовательское задание Кейс-задание	2	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка заданий
6	Особенности	Подготовиться	2	Изучить материалы	Письменный

	взаимоотношений коммерческих организаций с органами государственной власти, понятие лоббирования.	к опросу		лекций, литературу по проблематике	опрос
7	Политический PR: особенности построения предвыборной кампании, качества кандидата, формирование имиджа политика, политическая риторика.	Подготовиться к опросу Творческое исследовательское задание	5,65	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка творческого задания
8	Особенности формирования имиджа органов государственной власти в глазах различных кругов общественности, имидж первого лица государства.	Подготовиться к опросу Творческое исследовательское задание	4	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка творческого задания
	Курсовой проект	Темы курсовых проектов	30	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Защита курсового проекта
	Экзамен	Вопросы для подготовки к экзамену	36	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Экзамен
	ИТОГО:		87,65		

**Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине  
(заочная форма обучения)**

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Предмет, основные понятия и функции общественных отношений (далее - PR), взаимодействие PR со смежными областями – пропагандой, рекламой и маркетингом.	Подготовиться к опросу Творческое исследовательское задание	10	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка творческого исследовательского задания
2	Деловое общение	Подготовиться к опросу и заданиям	15	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка кейс-задания и

					творческого исследовательского задания
3	Основные организационные формы управления ПР: ПР-агентства, структура корпоративной службы ПР, ПР-подразделения в органах государственной власти.	Подготовиться к опросу	10	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос
4	Особенности взаимодействия со средствами массовой информации	Подготовиться к опросу Творческое исследовательское задание	15	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка творческого исследовательского задания
5	Антикризисное управление деятельностью организации	Подготовиться к опросу Творческое исследовательское задание Кейс-задание	12	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка заданий
6	Особенности взаимоотношений коммерческих организаций с органами государственной власти, понятие лоббирования.	Подготовиться к опросу	12,65	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос
7	Политический ПР: особенности построения предвыборной кампании, качества кандидата, формирование имиджа политика, политическая риторика.	Подготовиться к опросу Творческое исследовательское задание	20	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка творческого задания
8	Особенности формирования имиджа органов государственной власти в глазах различных кругов общественности, имидж первого лица государства.	Подготовиться к опросу Творческое исследовательское задание	15	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Письменный опрос Проверка творческого задания
	Курсовой проект	Темы курсовых	30	Изучить	Защита

		проектов		материалы лекций, литературу по проблематике	курсового проекта
	Экзамен	Вопросы для подготовки к экзамену	9	Изучить материалы лекций, литературу по проблематике	Экзамен
	ИТОГО:		148,65		

## 6.2. Тематика и задания для практических занятий

Тема 1. Предмет, основные понятия и функции общественных отношений (далее - ПР), взаимодействие ПР со смежными областями – пропагандой, рекламой и маркетингом.

Задание: письменный опрос, творческое исследовательское задание

Тема 2. Деловое общение.

Задание: письменный опрос, кейс-задание, творческое исследовательское задание.

Тема 3. Основные организационные формы управления ПР: ПР-агентства, структура корпоративной службы ПР, ПР-подразделения в органах государственной власти.

Задание: Подготовиться к опросу.

Тема 4. Особенности взаимодействия со средствами массовой информации: цели, задачи, права и обязанности СМИ; работа ПР-специалиста на телевидении, радио, в прессе.

Задание: письменный опрос, творческое исследовательское задание.

Тема 5. Антикризисное управление в деятельности организации: виды кризисов организации, функции спиндоктора, модель антикризисного управления организации.

Задание: письменный опрос, творческое исследовательское задание, кейс-задание,

Тема 6. Особенности взаимоотношений коммерческих организаций с органами государственной власти, понятие лоббирования.

Задание: Подготовиться к опросу.

Тема 7. Политический ПР: особенности построения предвыборной кампании, качества кандидата, формирование имиджа политика, политическая риторика.

Задание: письменный опрос, творческое исследовательское задание.

Тема 8. Особенности формирования имиджа органов государственной власти в глазах различных кругов общественности, имидж первого лица государства.

Задание: письменный опрос, творческое исследовательское задание.

## 6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

Не предусмотрено

## 6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых проектов

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» профиль «Управление развитием территорий»

по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти» предусмотрено выполнение курсового проекта.

Курсовые проекты занимают важное место в самостоятельной работе студентов и имеют свою специфику выполнения. Разработка курсовых проектов способствует закреплению у студентов, полученных в процессе обучения, теоретических знаний и дальнейшему совершенствованию аналитических навыков. Курсовой проект должен носить поисковый, прикладной характер и направлен на решение конкретных задач в области государственного и муниципального управления.

При написании курсового проекта студенты должны опираться на научную методологию, уметь применять теоретические знания и прикладные методы исследований, которые они приобрели при изучении различных учебных дисциплин, использовать междисциплинарный подход к осмыслению сложных и многообразных проблем в сфере государственного и муниципального управления.

В курсовом проекте должно найти отражение умение обучающихся системно подходить к рассмотрению общественных проблем и грамотно проводить их анализ и оценку. Важно также показать умение работать с научной и учебной литературой, находить и обобщать информацию, полученную из различных источников.

**Цель написания курсового проекта** – систематизировать, закрепить, расширить и углубить теоретические знания и практические навыки в области связей с общественностью государственного и муниципального управления, уметь применить эти знания и навыки для решения проблем, возникающих в процессе управления народнохозяйственным комплексом.

Основные задачи курсового проекта:

- приобрести навыки работы с научной литературой, законами, постановлениями Правительства РФ, нормативными и инструктивными документами;
- сформировать навыки анализа и обобщения собранного практического материала в определенной управленческой сфере;
- приобрести навыки сбора и обработки статистической информации, отражающей исследуемое явление;
- научиться находить связь теоретических положений с практикой управленческой работы;
- научиться анализировать действующий механизм государственного и муниципального управления;
- научиться четко и аргументированно раскрывать содержание работы, обосновывать актуальность выбранной проблемы;
- реализовывать свои учебные, научные и практические интересы в области государственного и муниципального управления.

**К курсовому проекту предъявляются следующие требования:**

- высокий теоретический уровень;
- самостоятельность в подготовке, критический подход к изучаемым источникам информации и литературе;
- освещение различных точек зрения по затронутым в работе дискуссионным вопросам с обязательной формулировкой собственного отношения к ним (позиция автора по этим вопросам должна быть обоснована), при этом материал, заимствованный из литературных источников, должен быть изложен не дословно, а в контексте рассматриваемой проблемы;
- конкретность и насыщенность раскрываемой темы фактическими данными;
- обоснование конкретных предложений, направленных на совершенствование механизма государственного и муниципального управления;
- написание экономически грамотным языком и правильное оформление работы.

В целом курсовой проект включает в себя титульный лист и основную часть (содержание). Курсовой проект необходимо сброшюровать.

Курсовой проект должен быть представлен на кафедру за 14 дней до срока, установленного для защиты, с целью ее своевременной проверки научным руководителем. После проверки курсовой проект возвращается студенту для защиты.

Процесс подготовки, выполнения и защиты курсового проекта состоит из следующих последовательных этапов.

1. Выбор темы.
2. Подбор и первоначальное ознакомление с литературой по избранной теме.
3. Составление первоначального варианта плана курсового проекта.
4. Изучение отобранной литературы и составление окончательного варианта плана курсового проекта.
5. Написание текста курсового проекта.
6. Защита курсового проекта.

### ***Выбор темы***

Примерная тематика курсовых проектов разрабатывается и обновляется преподавателем кафедры экономики и управления, ведущим учебный курс «Связи с общественностью в органах власти».

Студенты самостоятельно, с учетом своих научно-познавательных и практических интересов, характера будущей профессиональной деятельности, выбирают тему курсового проекта из перечня, предлагаемого преподавателем. Студентам также предоставляется право самостоятельно избрать темы, не вошедшие в примерный перечень, но связанные с содержанием изучаемого курса и имеющие актуальное значение. Выбор темы должен быть совершен студентами в первые две недели учебного семестра.

### ***Подбор и первоначальное ознакомление с литературой по избранной теме***

Составление библиографического списка литературы проводится студентом самостоятельно сразу же после утверждения темы курсового проекта. При этом необходимо обращаться к предметным каталогам, библиографическим справочникам библиотек, электронным библиотечным системам. Необходимо использовать планы лекций и семинарских занятий, в которых указывается основная и дополнительная литература по соответствующим разделам курса, а также учебные программы по соответствующим дисциплинам.

При работе с предметно-тематическим каталогом нужно просмотреть не только разделы, строго совпадающие с темой курсового проекта, но близкие по тематике; следует подбирать литературу, освещающую как общетеоретическую сторону проблемы, так и действующую практику управления системами макро- и мезоэкономического уровней.

При написании курсового проекта важно использовать законодательные и нормативные акты, текущую и периодическую печать, материалы государственной статистики и независимых аналитиков, отчеты предприятий, учреждений, организаций.

Самостоятельная работа с источниками не исключает, а наоборот, предполагает систематические консультации с научным руководителем курсового проекта. Предварительное ознакомление с отобранной литературой необходимо не только для того, чтобы выяснить, насколько содержание того или иного источника соответствует избранной теме, но и для получения ясного представления о круге вопросов, охватываемых темой, и составления обоснованного первоначального варианта плана курсового проекта.

### ***Составление первоначального варианта плана курсовой работы***

После отбора литературы должен быть тщательно продуман первый вариант плана курсового проекта. План должен отражать основную идею проекта, раскрывать его содержание и характер, в нем должны быть выделены ключевые вопросы темы курсового проекта.

При составлении плана следует определить содержание отдельных разделов, имеющих соответствующие названия. Затем необходимо продумать содержание каждого раздела и наметить в виде подразделов последовательность тех вопросов, которые будут рассмотрены в разделе. Составленный студентом план курсового проекта утверждается научным руководителем.

### ***Изучение отобранной литературы и составление***

### ***окончательного варианта плана курсового проекта***

Непременным условием качественного выполнения курсового проекта является глубокое изучение литературы и источников информации по данной теме.

При чтении литературы основное внимание следует уделить, прежде всего, тем разделам, главам, параграфам книг или статей, которые непосредственно связаны с планом курсового проекта. При этом важно выявить особенности трактовки одних и тех же вопросов разными авторами, высказываемые ими оригинальные идеи, гипотезы, технические способы и приемы исследования, которыми они пользуются, а также систему их аргументации и доказательств. Изучение опубликованных материалов следует соотносить с подходами, концепциями и трактовками, существующими в литературе, с целью их практического осмысления и анализа, а также для формулирования и обоснования собственных выводов, обобщений и оценок состоятельности и результативности основных достижений управленческой науки.

### ***Написание текста курсового проекта***

При написании текста курсового проекта следует руководствоваться следующими рекомендациями.

Объем курсового проекта не должен превышать 40–50 страниц (стандартного формата А4) машинописного текста. Интервал между строк – 1,5; шрифт Times New Roman; кегль – 14. Страницы должны быть пронумерованы. Первой страницей считается титульный лист (не нумеруется). Номера страниц проставляют посередине нижнего поля листа. Поля страниц: левое – 20 мм; правое – 10 мм; верхнее – 20 мм; нижнее – 20 мм.

Цифры, факты и примеры должны быть достоверны, тщательно отобраны, проверены и обработаны, сгруппированы в соответствии с поставленной задачей, оформлены в виде таблиц, схем, графиков и диаграмм. Данные, отражающие явления в динамике за ряд лет, должны быть сопоставимыми.

Каждая тема по-своему предопределяет содержание курсового проекта, но не исключается наличие типовых подходов (блоков). План курсового проекта не следует перегружать вопросами, отдельные вопросы не должны дублироваться. Курсовой проект состоит из оглавления, введения, трех-четырех разделов (в пределах раздела не более трех-четырех подразделов), заключения, списка использованных источников и приложений.

*В оглавлении* перечисляют все структурные элементы работы, указывают страницу, с которой начинается каждый раздел и подраздел.

*Во введении* (2-3 страницы) обосновывается актуальность темы исследования, степень ее изученности на современном этапе развития экономики, указывается цель курсового проекта. В соответствии с намеченной целью ставятся теоретические и практические задачи, которые должны быть согласованы с содержанием курсового проекта (*изучить..., описать..., установить..., выявить..., предложить..., разработать... и т. п.*). Во введении также указываются объект и предмет исследования, методы исследования, определяется практическая значимость результатов исследования, структура и объем курсового проекта.

Методы исследований – совокупность приемов, процедур и операций эмпирического и теоретического познания действительности. Методы исследований включают: методы сбора информации (наблюдение, опрос, анализ документов, эксперимент и др.); методы обработки и анализа данных (факторный, латентно-структурный, корреляционный, регрессионный, дисперсионный анализ, ранжирование, шкалирование, индексирование и т. д.); методы построения теории (дедуктивный, индуктивный, сравнительный, причинный, структурно-функциональный, генетический, идеографический и др.).

*Первый раздел* носит теоретический характер. В нем делается обзор научных взглядов современных ученых-экономистов по проблеме исследования, приводятся понятия и категории, определяющие основные направления темы. Необходимо показать связь темы исследования с теорией управления, привести краткий анализ монографической литературы отечественных и зарубежных авторов по теме исследования, высказать собственные суждения в поддержку того или иного мнения либо аргументированное опровержение. Обобщается практика отдельных зарубежных стран, в которых накоплен успешный опыт решения рассматриваемых проблем, а

также возможности его использования в России.

*Второй (аналитический) раздел* определяется темой курсового проекта. В нем должен быть продемонстрирован опыт органов государственного и муниципального управления в решении проблематики выбранной темы.

*В третьем разделе* необходимо разработать собственные предложения, способствующие решению проблемы или повышению эффективности деятельности: развитие теоретических подходов и/или разработка практических рекомендаций для органов власти и управления.

В *заключении* кратко формулируются основные теоретические положения курсового проекта, даются наиболее важные выводы, в обобщенном виде раскрывается эффективность разработанных предложений.

Курсовой проект завершает *список использованных источников*, который оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1–2003.

Основные положения и практические рекомендации курсового проекта должны иллюстрироваться таблицами и рисунками. Объем, состав и содержание иллюстративной части определяются вместе с руководителем в зависимости от характера разрабатываемой темы и разработанных предложений. Наиболее объемные таблицы, расчеты, инструкции, методики целесообразно выносить из текста в приложения. Ссылки на приложения обязательны в тексте курсового проекта. Приложения помещаются за списком использованных источников. Их количество не регламентируется.

Введение, заключение, список использованных источников и начало каждого раздела пишутся с новой страницы. Каждый раздел должен иметь заголовок. Наименование разделов должны строго соответствовать приведенным в оглавлении. Переносы слов в заголовках не допускаются. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой, не ставя точку в конце второго.

Разделы курсового проекта должны иметь порядковые номера, обозначенные арабскими цифрами с точкой и записанные по центру полужирным шрифтом прописными буквами. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номеров раздела и подраздела, разделенных точкой. В конце номера подраздела ставится точка. Заголовки подразделов, пунктов и подпунктов следует печатать по центру полужирным шрифтом строчными буквами, начиная с прописной буквы. Разделы, как и подразделы, могут состоять из одного или нескольких пунктов.

Текст курсового проекта необходимо разбить на абзацы, каждый абзац начинать с красной строки (1,25 см). Абзацами выделяются примерно равные по объему, тесно связанные между собой и объединенные по смыслу части текста. Не рекомендуется применять «Я» и глаголы в первом лице. Так, например, вместо выражений «Я считаю», «Я думаю», «Я полагаю», «По моему мнению» и т. п. следует писать «автор считает», «по мнению автора», «полагаем», «на наш взгляд» и т. п.

Сокращение слов в тексте и подписях под иллюстрациями не допускается. Исключения составляют сокращения, установленные ГОСТ 7.12–93. Допускаются сокращения словосочетаний «то есть» (*т. е.*), «и так далее» (*и т. д.*), «и другие» (*и др.*), «и тому подобное» (*и т. п.*), а также употребление общеизвестных аббревиатур и др. Не рекомендуется вводить собственные сокращения обозначений и терминов. Использование в работе достоверных цифровых данных, схем, формул, заимствованных из литературных и других источников, а также цитат и выводов других авторов обязательно должно сопровождаться ссылкой на источник. Ссылки (сноски) на литературу и источники следуют за приводимой цитатой, фактом, количественным показателем после строки (или ее части), имеющей смысловую завершенность. При этом ссылка нумеруется с указанием цифры, которая соответствует месту указанного издания в списке используемых источников, а также указывается номер страницы данного издания (например [7, с. 15]).

Каждая таблица должна иметь заголовок и порядковый номер. Таблицы нумеруются арабскими цифрами двумя способами: сквозная нумерация или в пределах разделов работы.

Нумерационный заголовок таблицы следует помещать над таблицей справа. Название таблицы пишется на следующей строке по центру. В конце заголовков точку не ставят. Например:

Таблица 1

### *Структура форм собственности регионов*

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы слово «Таблица» и номер ее указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы, например: «Продолжение табл. 1».

Все иллюстрации в курсовом проекте именуется рисунками. Они помещаются сразу после ссылки на них в тексте и нумеруются арабскими цифрами, нумерация сквозная или в пределах раздела. Каждый рисунок должен сопровождаться содержательным названием, которое помещается под рисунком рядом с его номером. Например: *Рис. 1. Классификация муниципальных образований*. Подрисуночную подпись располагают посередине строки, точка в конце не ставится.

Помещаемые в тексте формулы последовательно нумеруются арабскими цифрами в пределах всей работы или раздела. Номер формулы следует заключить в круглые скобки и помещать справа на уровне нижней строки формулы, к которой он относится. После формулы ставится запятая, если формула сопровождается экспликацией, в которой разъясняется значение символов и числовых коэффициентов. Например:

$$A = a : b, \tag{1}$$

где A –

a –

b –

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не уместится в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (x), деления (:) или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «x».

### ***Защита курсового проекта***

Курсовой проект должен быть защищен до начала сессии.

Перед защитой автор получает отзыв о своей работе, в котором отмечается предварительная оценка, указываются положительные и отрицательные стороны работы. Серьезные недостатки и небрежность в оформлении устраняются студентом до защиты. Суть защиты состоит в том, чтобы автор смог обосновать разработанные в курсовом проекте положения и показать понимание изучаемого явления, практическую значимость полученных результатов. При этом оценка курсового проекта может быть повышена (или понижена) по сравнению с предварительной оценкой научного руководителя.

Лучшие курсовые проекты, выполненные по наиболее актуальным и практически значимым темам, могут быть заслушаны в виде докладов на научных студенческих конференциях, направляться для участия в конкурсах на лучшую студенческую работу, рекомендованы к опубликованию.

### ***Темы курсовых проектов***

1. Проблемы развития связей с общественностью в государственных органах власти.
2. Проблемы организации кампании по связям с общественностью в муниципальных органах власти.
3. Анализ использования интернет-технологий в деятельности органов государственной власти.
4. Анализ технологий, используемых при формировании имиджа политика.
5. Анализ технологий, используемых при формировании имиджа политической партии.

6. PR как канал взаимодействия государства и гражданского общества: проблемы и пути их решения.
7. Психологические приемы и особенности проведения PR-акций в избирательных кампаниях.
8. «Черные PR-технологии» как феномен политической жизни России.
9. Анализ механизмов мифологизации массового сознания в условиях информационного общества.
10. Состояние и перспективы использования Интернет для изучения и формирования общественного мнения.
11. Анализ использования психологических приемов и особенности проведения PR-акций в избирательных кампаниях.
12. Психологические особенности деятельности специалиста по связям с общественностью.
13. Технологии визуализации в современной PR-деятельности.
14. Использование слухов в PR-деятельности.
15. Миф и мифодизайн в PR: состояние и перспективы использования.
16. Значение фольклора и постфольклора в связях с общественностью.
17. Проблема массового сознания в информационном обществе.
18. Кибермоббинг в современных средствах коммуникациях: современное состояние и перспективы развития.
19. Политическая коммуникация как психологический феномен.
20. Юмор как средство коммуникативного воздействия.

## **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### *а) основная:*

1. Марков, А.А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков, - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 190с.: 60×88 1/16. – (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-006212-9 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=368021>

### *б) дополнительная:*

1. Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 343с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://znanium.com>]. – (Высшее образование: Бакалавриат). – [www.dx.doi.org/10.12737.textbook\\_592bf62f2c4f86.51817652](http://www.dx.doi.org/10.12737.textbook_592bf62f2c4f86.51817652). 9

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=952106>

2. Варакута, С.А. Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 207с.: 60×90 1/16. – (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>

3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества: учебное пособие – О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». – Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. – 83с. – Библ. в кн. – ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

4. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями: учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России ; под ред. Л.С. Сальникова. – Москва ; Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 445с.: ил.,

табл. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9406-0 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378>

5. Китчен, Ф. Паблик Рилейшенз: учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 454с.: схем., табл. – (Зарубежный учебник), - ISBN 5-238-00603-9; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546>

6. Варакута, С.А. Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 207с.: 60×90 1/16. – (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>

7. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации: Общество-СМИ-власть: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А.Г. Киселев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 431с.: 60×90 1/16 ISBN 978-5-238-01742-6 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=883125>

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

### **Электронные библиотечные системы:**

1. ЭБС «Лань»;
2. ЭБС «Университетская библиотека online»;
3. ЭБС «Znanium»;
4. Справочно-правовые системы «Консультант», «Гарант».

### **Официальные сайты (интернет-источники):**

- Журнал «Связи с общественностью в государственных структурах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gospr.ru/>
- Официальный сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.raso.ru/>

## **9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

В зависимости от расписания занятий на текущий учебный год занятия могут проходить:

- лекционные – в ауд. 331, 325, 319, 303, 302, 231, каждая из которых оснащена мультимедийным проектором, и настенным экраном, в первых двух имеется безлимитный интернет, зона wi – fi;

- практические – в ауд. 204, 203, 205, 206. Аудитории 205, 206 оснащены компьютерами с офисным пакетом (по 8 в каждой), мультимедийным проектором, настенным экраном. Имеется безлимитный интернет, зона wi – fi;

- самостоятельная работа – главный корпус – 318 ауд.; корпус А – 309 ауд.; корпус Б – 302 ауд.; корпус Е – 406, 410 ад.; корпус Ж – 211 ауд.; корпус Б1 – 47, 48, 50, 54, 55, 63, 70 ауд.; корпус В1 – 48, 57, 59, 61, 64 ауд.) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС КГУ.

Необходимое программное обеспечение – офисный пакет. Специальное лицензионное программное обеспечение не используется.