

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)/ПРАКТИКИ

### Б.1.В.14 «Связи с общественностью в органах власти»

*наименование дисциплин (модуля)/практики*

**Автор:** старший преподаватель кафедры корпоративного управления Смолина Е.Г.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриат)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, заочная

1.1. Дисциплина Б1.В.14 «Связи с общественностью в органах власти» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции                                                                                                       | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 24<br>ПК-       | Владение технологиями, приемами, обеспечивающими оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам | ПК-24.1.2.2                    | Способность сформировать комплексное представление о целях, формах и конкретных технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, общественными институтами, бизнесом. |

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

| ОТФ/ТФ<br>(при наличии<br>профстандарта)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Код этапа<br>освоения<br>компетенции | Результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1.Формирование системы предоставления государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам в соответствии с законодательством Российской Федерации</p> <p>2.Осуществление действий (административных процедур) по предоставлению государственных и муниципальных услуг в соответствии с законодательством Российской Федерации</p> <p>3.Предоставление государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам в соответствии с законодательством Российской Федерации</p> <p>Технологическое обеспечение служебной деятельности специалистов (по категориям и группам должностей муниципальной службы)</p> <p>4.Обеспечение ведения делопроизводства и документооборота в органах государственной власти Российской Федерации, органах государственной власти субъектов Российской Федерации; органах местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятиях и учреждениях, политических партиях, общественно-политических, некоммерческих и коммерческих организациях</p> | <p>ПК-24.1.2.2</p>                   | <p>Использует в теории и на практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями, общественными организациями и бизнесом;</li> <li>- способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения.</li> </ul> <p>Анализирует общественное мнение, способен выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений.</p> <p>Способен собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство.</p> <p>Обладает практическими навыками гармонизации отношений органа публичной власти с общественностью, а также технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества.</p> <p>Владеет навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей, а также навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.</p> |

**План курса:**

**3. Содержание и структура дисциплины (модуля)**

| № п/п                    | Наименование тем (разделов)                                                                               | Объем дисциплины (модуля), час. |                                                                         |    |    |     |    | Форма текущего контроля успеваемости <sup>4</sup> , промежуточной аттестации |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----|----|-----|----|------------------------------------------------------------------------------|
|                          |                                                                                                           | Всего                           | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий |    |    |     | СР |                                                                              |
|                          |                                                                                                           |                                 | Л                                                                       | ЛР | ПЗ | КСР |    |                                                                              |
| очная форма обучения     |                                                                                                           |                                 |                                                                         |    |    |     |    |                                                                              |
| Тема 1                   | Информационное общество: характеристики и модели.                                                         | 14                              | 4                                                                       | -  | 4  |     | 6  | О, Р, ИЗ                                                                     |
| Тема 2                   | Информационная политика в РФ: содержание и основные направления реализации.                               | 12                              | 4                                                                       | -  | 2  |     | 6  | О, Р, ИЗ                                                                     |
| Тема 3                   | Электронное правительство: мировой опыт и реализация на федеральном и региональном уровнях.               | 14                              | 4                                                                       | -  | 4  |     | 6  | О, Р, ИЗ                                                                     |
| Тема 4                   | Методологические и организационные составляющие информационной политики региональных институтов власти.   | 10                              | 2                                                                       | -  | 2  |     | 6  | О, Р, ИЗ                                                                     |
| Тема 5                   | Органы МСУ и общество – проблема эффективного взаимодействия.                                             | 10                              | 2                                                                       | -  | 2  |     | 6  | О, Р, ИЗ                                                                     |
| Тема 6                   | Управление медиаструктурой: организационно-правовые аспекты. Основы редакционно-издательского маркетинга. | 12                              | 4                                                                       | -  | 2  |     | 6  | О, Р, ИЗ, Т                                                                  |
| Промежуточная аттестация |                                                                                                           |                                 |                                                                         |    |    |     |    | экзамен                                                                      |
| Всего:                   |                                                                                                           | 108                             | 20                                                                      | -  | 16 |     | 36 | 36                                                                           |
| заочная форма обучения   |                                                                                                           |                                 |                                                                         |    |    |     |    |                                                                              |
| Тема 1                   | Информационное общество: характеристики и модели.                                                         | 16                              | 2                                                                       | -  |    |     | 14 | О, Р                                                                         |
| Тема 2                   | Информационная политика в РФ: содержание и основные направления реализации.                               | 16                              | 2                                                                       | -  |    |     | 14 | О,Р, ИЗ                                                                      |
| Тема 3                   | Методологические и организационные составляющие информационной политики региональных институтов власти.   | 16                              |                                                                         | -  | 2  |     | 14 | О, Р                                                                         |

| № п/п                    | Наименование тем (разделов)                                                                               | Объем дисциплины (модуля), час. |                                                                         |    |    |     |    | Форма текущего контроля успеваемости и <sup>4</sup> , промежуточной аттестации |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----|----|-----|----|--------------------------------------------------------------------------------|
|                          |                                                                                                           | Всего                           | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий |    |    |     | СР |                                                                                |
|                          |                                                                                                           |                                 | Л                                                                       | ЛР | ПЗ | КСР |    |                                                                                |
| Тема 4                   | Органы МСУ и общество – проблема эффективного взаимодействия.                                             | 16                              |                                                                         | -  | 2  |     | 14 | О, Р, ИЗ                                                                       |
| Тема 5                   | Электронное правительство: мировой опыт и реализация на федеральном и региональном уровнях.               | 18                              | 2                                                                       | -  | 2  |     | 14 | О, Р                                                                           |
| Тема 6                   | Управление медиаструктурой: организационно-правовые аспекты. Основы редакционно-издательского маркетинга. | 17                              |                                                                         | -  | 2  |     | 15 | О, Р, Т                                                                        |
| Промежуточная аттестация |                                                                                                           |                                 |                                                                         |    |    |     |    | экзамен                                                                        |
| Всего:                   |                                                                                                           | 108                             | 6                                                                       |    | 8  | 85  | 9  |                                                                                |

*Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р), индивидуальные задания (ИЗ), Т (тестирование)*

### Содержание дисциплины

#### Тема 1. Информационное общество: характеристики и модели.

Информационное общество как новый тип социальной организации. 60-х годы прошлого века введение в научный оборот термина «информационное общество» Ф. Махлупом и Т. Умесао. Критерии и признаки информационного общества. Определение сущности информационного общества. Д.Белл, Э. Тоффлер, М. Кастельс.

Понятия «информация» и «знание». Знание основные теоретические трактовки понятия и капитал знания. Определяющая роль информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Современные ИКТ как фактор обновления системы коммуникативных взаимодействий, повышения эффективности управления.

Социальная реальность как конструкт коммуникации. А. Шютц, П. Бергер, Т.Лукман. Сущностные характеристики социальной реальности: физические, социальные, ментальные компоненты. Социальные сети. Субъект, актор, агент. Социальная реальность как среда формирования и условие деятельности актора. Множественность и иерархичность социальной реальности. Повседневность как первичная реальность. Проблема соответствия имиджей, репутации, бренда, сообщений повседневным практикам.

Информационное общество и проблема виртуализации и символизации социального пространства. Смысл как механизм создания общностей. Понятие смысла и содержательные его характеристики.

#### Тема 2. Информационная политика в РФ: содержание и основные направления реализации.

Коммуникативные основания власти. Основные подходы. Содержание. Х.Аренд, Ю.Хабермас, Н.Луман, М.Фуко.

Государственная власть - субъект и объект информационной политики. Государственная информационная политика: содержание и основные концептуальные

подходы. Цели, стратегия и функции государственной информационной политики. Стратегическое направление государственной информационной политики - формирование и развитие открытого информационного пространства государства, обеспечения его интеграция в мировое информационное пространство с учетом национальных интересов и особенностей. Основные функции государственной информационной политики: обеспечение транспарентности органов власти и управления, создание и поддержание эффективных коммуникаций в системе отношений «власть - общество»; формирование страновой идентичности, информационное обеспечение деятельности системы органов государственной власти и местного самоуправления. Содержание национальной информационной политики. Формирование единой системы символов и идей как инструментов формирования идентичностей. Развитие государственной информационно-коммуникационной инфраструктуры и внедрение современных технологий информационного обеспечения. Основные проблемы информационного обеспечения системы государственного управления.

СМИ как объект и субъект государственной информационной политики. Взаимодействие власти и СМИ.

### **Тема 3. Методологические и организационные аспекты информационной политики региональных институтов власти**

Методология разработки стратегии информационной политики региона. Стратегия развития региона: цель, миссия, задачи, принципы.

Качество и уровень жизни населения. Основные показатели.

Структура публичной деятельности, ее организационная оформленность в регионах. Организационное оформление: разграничение стратегических и тактических коммуникаций: информационно-аналитический отдел и пресс-служба. Структура и функции отделов. Сотрудники информационно-аналитических отделов: проблема профессионализма и организации взаимодействия в системе функционально-ролевой и массовой коммуникации.

Организации взаимоотношений со СМИ: финансово-экономические, нормативно-правовые, кадровые, административные аспекты.

### **Тема 4. Органы МСУ и общество – проблема эффективного взаимодействия**

Информационная политика местных органов власти и управления, информационное взаимодействие с населением и структурами гражданского общества. Гражданское общество. Общественные организации и органы МСУ: каналы и формы взаимодействия. Процессы самоорганизации и управления: соотношение понятий. Интересы и потребности локальных общностей.

### **Тема 5. Электронное правительство: мировой опыт и реализация на федеральном и региональном уровнях.**

Интернет, интернет-пространство. Развитие Интернет в России. Электронное правительство. Новые модели взаимодействия власти и общества. Типы взаимоотношений: между органами власти и гражданами (G2C), между органами власти и частными компаниями (G2B), между органами власти в системе государственного и муниципального управления (G2G), между гражданами и частными компаниями (C2B) и между частными компаниями (B2B). Сравнительный анализ внедрения электронного правительства в странах.

Инфраструктурные компоненты электронного правительства: электронный документооборот, электронно-цифровая подпись, социальная карта, МФЦ, пункт общественного (коллективного) доступа в Интернет, инфомат.

Интернет-порталы институтов власти и управления. Дизайн, навигация, интерактивность, наличие опции перевода на различные языки, наличие гиперссылок.

Доступность для лиц с ограниченными возможностями. Государственные услуги. Уровень открытости, прозрачности институтов власти и управления.

Второй инструмент организации взаимодействия в сети Интернет является блог. Блог, блогер, блогосфера. Функции блога. Типология блогов. По авторскому составу: авторский, частный, псевдонимный или «призрачный», блог-подделка, коллективный или социальный, корпоративный, рекламный блог или пиар-блог. Тематическая направленность блога. Контент блога: контентный, мониторинговый (ссылочный), цитатный блог, тамблелог, тамблог, тлог, сплог. По наличию/виду мультимедиа выделяют текстовый, фотоблог, артблог, музыкальный, подкаст и блогкастинг, видеоблог. Визуальные качества (оформление). Интерфейс. Навигация. Язык блога. Контакты. Сообщества (группы в которых состоят блогеры), отзывы (комментарии) посетителей.

Блоги государственных и муниципальных служащих. Блоги чиновников Волгоградской области.

Твиттер (Twitter) – микроблог. Понятие, развитие.

## **Тема 6. Управление медиаструктурой: организационно-правовые аспекты. Основы редакционно-издательского маркетинга**

Редакция: трудовой, производственно-творческий коллектив. Творческие, технические и коммерческие сотрудники. Редакция и сотрудники – проблема управления. Приток информации в редакцию, источники информации. Электронный банк данных - информационно-справочная система. Сайт.

Модели издания и работы редакции, редакционный план. Оперативные планы – недельный и план очередного номера.

Редакционный менеджер: функции, основные направления деятельности, экономическая эффективность организации работы редакции. Редакционно - издательский маркетинг как особый вид редакционной деятельности. Задачи маркетинга: изучение рынка периодических изданий, исследование целевой аудитории издания, определение его соответствия требованиям рынка. Сегментация рынка, позиционирование издания, определение его информационной ниши. Вертикальная и горизонтальная ниши. Потенциальная и реальная аудитории издания.

Методы исследования. Планирование. Прогнозирование. Структура отдела маркетинга, функции, персонал: качественные и количественные характеристики.

Изучение конкурентных изданий, их достоинств и недостатков. Экономические основы труда журналиста. Бизнес-план в системе редакционного управления. Цель финансовой политики редакции или компании: создание, укрепление и развитие финансовой базы издания. Бюджет, структура бюджета. Ценовая политика редакции. Тираж: подписка и розница.

### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.

### **Основная литература**

1. Горбатова Н. В. Организация работы отдела по связям с общественностью: учеб.пособие . СПб.: Изд-во СЗИ РАНХиГС, 2012- 112 с.
2. Вылегжанин, Д.А. Теория и практика PR. [Электронный ресурс]: Учебные пособия — Электрон.дан.— М.:ФЛИНТА, 2014. — 371 с.
- 3.СиняеваИ. М., Романенкова О.А., Жильцов Д.А. Реклама и связи с общественностью: учеб.для бакалавров. – М.: Юрайт, 2014.— 178 с.
4. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие М.: Аспект Пресс, 2012.— 159 с.