

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра «Психология, социология, государственное и муниципальное управление»

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Связи с общественностью в органах власти»**

Направление подготовки:	38.03.04 – Государственное и муниципальное управление
Профиль:	Государственная и муниципальная служба
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2020

## 1. Цели освоения учебной дисциплины

получение систематизированных знаний по вопросам связи с общественностью в органах государственной власти.

Курс предполагает ознакомление с основами практики деловых отношений, современных идей и технологий в области связей с общественностью, а также делового этикета.

## 2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Связи с общественностью в органах власти" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКС-3	Способен разрабатывать и обосновывать проекты, в том числе проекты документов и нормативных актов, связанных с функционированием органов государственного и муниципального управления
-------	---

## 4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

## 5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» осуществляется в форме лекций и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью и на 50 % являются традиционными классическими лекционными (объяснительно-иллюстративные), и на 50 % с использованием интерактивных (диалоговых) технологий, в том числе мультимедиа-лекция (4 час.), проблемная лекция (2 час.), разбор и анализ конкретной ситуации (2 час.). Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач). Остальная часть практического курса проводится с использованием интерактивных (диалоговых) технологий, в том числе – для решения проблемных задач, основанных на коллективных способах обучения, и для проведения компьютерного тестирования.

## 6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

### РАЗДЕЛ 1

Коммуникации в обществе.

Тема: Теория коммуникации

Тема: Модели процесса коммуникации

### РАЗДЕЛ 2

Общество как управляемая система

Структура и функции общественных отношений. Управление общественными отношениями

Экзамен

### РАЗДЕЛ 3

Предмет «Связи с общественностью (publicrelations) в органах власти  
Связи с общественностью и его место в коммуникационном пространстве общества  
История возникновения и динамика развития PR. Основные  
подходы к определению PR. Роль связей с общественностью в организации  
коммуникации.

### РАЗДЕЛ 4

PR-деятельность.

Объекты применения PR.PR-деятельность, общие принципы ее построения  
и оценки.

PR и другие маркетинговые технологии.PR, пропаганда, маркетинг, адвокаты. Лоббизм.  
PR и реклама.

### РАЗДЕЛ 5

PR-аудитория.

Характеристика аудитории связей с общественностью.Понятие публики. Внешняя,  
внутренняя, целевая аудитории.

Характеристика аудитории связей с общественностью.Понятие публики. Внешняя,  
внутренняя, целевая аудитории.

### РАЗДЕЛ 6

PR-организация (компания)

Тема: Структура PR- организации (компании).

Руководитель PR-службы (PR-менеджер, PR-директор). Структура PR-отдела. Требования  
к специалисту по PR.

Тема: Организационное построение PR-агентства

Принципы построения PR-агентства. Характеристика сотрудников PR-агентства. PR-  
агентство как самостоятельный вид бизнеса.

### РАЗДЕЛ 7

Управление информацией.

Тема: Методы воздействия на потребителя информации

Потребностные мифологии и их виды.

Тема: Управление СМИ.

Технология создания новостей. Форма подачи информационных материалов

### РАЗДЕЛ 8

Управление кризисными ситуациями

Роль PR в ситуации кризиса.Кризис-конфликт. Кризис-ЧП.

### РАЗДЕЛ 9

Процедурные технологии.

Механизмы решения проблем групповой эффективности.

Понятия фасилитации и медиации.