

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени академика М.Д. Миллионщикова



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины
«Взаимодействие органов власти со СМИ»

Направление подготовки
38.04.04 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки
**«Современные технологии государственного и муниципального
управления»**

Квалификация
Магистр

Грозный – 2020

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Взаимодействие органов власти со СМИ» является предоставление возможности студентам ознакомиться с новыми эффективными идеями и различными технологиями в области развития общественных связей, способами поддержки государственного управления, местного самоуправления, деловой сферы и предпринимательства, реализации отдельных проектов и широкомасштабных программ.

Задачи:

- дать студенту основные знания по актуальным проблемам дисциплины;
- акцентировать внимание студентов на тех разделах курса, которые связаны с профилем их будущей профессии;
- познакомить студентов с основными понятиями, законами связей с общественностью;
- развить у студентов привычку к анализу коммуникаций;
- сформировать у студентов навыки практического применения полученных знаний путем лекционного разбора различных ситуаций, возникающих в процессе связей с общественностью.
- анализ связей с общественностью как сферы бизнеса и направления государственного регулирования общественных отношений;
- исследование специфики связей с общественностью в различных предметных областях;
- освоение навыков ориентации в системе законодательства и правового обеспечения системы управления общественными отношениями.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

«Взаимодействие органов власти со СМИ» входит в число дисциплин по выбору.

Логически и содержательно учебная дисциплина связана с курсами «Взаимодействие государственных и общественных институтов».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Взаимодействие органов власти со СМИ» направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

- владением организационными способностями, умением находить и принимать организационные управленческие решения, в том числе и в кризисных ситуациях (ПК-2);
- способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями (ПК-3);

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- знать основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России;
- знать основные тенденции;
- знать особенности развития связей с общественностью в современной России;
- основные подходы к использованию инструментов;
- основы вербальных и невербальных коммуникаций;
- основы построения системы управления общественными отношениями;
- направления взаимодействия участников общественных коммуникаций;
- знать механизмы организации, планирования и проведения пиар-компаний;
- кодексы профессиональных стандартов.

- уметь:
- разрабатывать пиар-программу для решения вопросов в области государственного регулирования или выхода из кризисной ситуации;
 - составлять прогнозы развития, аналитические записки и отчеты о результатах проведения пиар-компаний;
 - реализовывать требования к информационному обеспечению в системе управления общественными отношениями;
 - планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями (ПК-3);
 - формулировать требования по разработке элементов пиар-компаний.
- владеть:
- специальной терминологией в области современной науки об общественных отношениях;
 - современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью;
 - методами анализа общественных процессов;
 - навыками публичной и научной речи;
 - принципами этического поведения;
 - организационными способностями, умением находить и принимать организационные управленческие решения, в том числе и в кризисных ситуациях (ПК-2);
 - основными нормативными положениями.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

| ВИД УЧЕБНОЙ РАБОТЫ | Всего часов/ зач.ед. | Семестры |
|---|-------------------------|------------|
| | ЗФО | 1 |
| Аудиторные занятия (всего) | 12/0,33 | 12 |
| В том числе: | | |
| Лекции | 4/0,11 | 4 |
| Практические занятия | 8/0,22 | 8 |
| Семинары | | |
| Лабораторные работы | | |
| Самостоятельная работа (всего) | 96/2,6 | 96 |
| В том числе: | | |
| Рефераты | - | - |
| Доклады | 10/0,27 | 10 |
| Презентации | 10/0,27 | 10 |
| И (или) другие виды самостоятельной работы | | |
| Подготовка к практическим занятиям | 48/1,33 | 48 |
| Подготовка к зачету | 28/0,77 | 28 |
| Вид отчетности | зачет | |
| Общая трудоемкость дисциплины | ВСЕГО в часах | 108 |
| | ВСЕГО в зач. ед. | 1 |

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Таблица 2

| № п/п | Наименование раздела дисциплины по семестрам | Лекц. занятия | Практ. занятия | Всего часов |
|--------|---|---------------|----------------|-------------|
| | | ЗФО | | |
| | | 2 семестр | | |
| 1. | Сущность и эволюция связей с общественностью в органах власти | 2 | 2 | 6 |
| 2. | Организация работы со средствами массовой информации | | 2 | |
| 3. | Формирование имиджа | 2 | 2 | 8 |
| 4. | PR-структура органов власти | | 2 | |
| Итого: | | 4 | 8 | 12 |

5.2. Лекционные занятия

Таблица 3

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|--|--|
| 1. | Сущность и эволюция связей с общественностью в органах власти. | Значение и место связей с общественностью во властных структурах. Цели, задачи и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти. Становление и развитие связей с общественностью в России и за рубежом |
| 2. | Организация работы со средствами массовой информации. | Информационная политика государства. Задачи обеспечения информационной политики госструктур. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ. Информационные войны. Противодействие негативной информации СМИ |
| 3. | Формирование имиджа. | Понятие и значение имиджа субъектов и органов власти. Объекты имиджа во властных структурах. Составляющие имиджа. Процесс конструирования имиджа. Информационно-коммуникационное обеспечение имиджмейкинга |
| 4. | PR-структура органов власти. | Организационные формы PR-структур в органах власти. Функции отделов и специалистов по связям с общественностью в органах власти. Планирование деятельности и аналитическая работа отдела по связям с общественностью в органах власти. |

5.3 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен.

5.4. Практические занятия (семинары)

Таблица 4

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|------------------|--|---|
| 1 семестр | | |
| 1. | Особенности работы с интернет-коммуникациями | Роль интернет-коммуникаций в системе общественных связей на современном этапе. Использование интернет-коммуникаций в PR-деятельности властных структур. Организация и ведение официального сайта. Работа с блогами. Работа с социальными сетями. |
| 2. | Внешнекорпоративная деятельность связей с общественностью в органах власти. | Понятие и группы общественности. Работа с целевыми аудиториями общественности. Общественное мнение: понятие, исследование, учёт, формирование. Работа с внешними организациями. Организация и проведение специальных PR-мероприятий. |
| 3. | Внутрикорпоративная деятельность связей с общественностью в органах власти. | Понятие и основные категории корпоративной культуры. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика. Организация издания печатной продукции. |
| 4. | Организация PR-проектов в органах власти. | Значение PR-проектов в органах власти. Специфика и особенности реализации PR-проектов в органах власти различных уровней. |
| 5. | Особенности PR-деятельности в партиях, общественно-политических движениях и избирательных кампаниях. | Понятие, признаки и общественная роль партий и общественно-политических движений. Типология партий и общественно-политических движений. Специфика связей с общественностью в партиях и общественно-политических движениях. Задачи и процесс проведения избирательных кампаний. |
| 6. | Антикризисные и переговорные связи с общественностью. | Причины кризисов в деятельности органов власти. Антикризисная политика органов власти. Инструменты связей с общественностью в условиях кризиса. Значение переговоров в деятельности должностных лиц и органов власти, порядок их проведения. Общественное обеспечение проведения переговоров. |
| 7. | Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти. | Общая характеристика органов местного самоуправления. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления. Организация PR-деятельности в администрации муниципального образования. |

6. Самостоятельная работа студентов по дисциплине

6.1 Вопросы для самостоятельной работы студентов

1. Ситуационный подход к определению общественности.
2. Организация устных коммуникаций (пресс-конференции, презентаций).
Подготовка речей и вступлений.
3. Понятие коммуникации и ее виды. Коммуникационные барьеры.
4. Организация диалоговых коммуникаций в органах государственной власти и местного самоуправления.
5. Теории распространения информации.
6. Сущность и технологии лоббирования.
7. Работа с прессой и условия ее эффективности.
8. Имидж и репутация органа власти.
9. Виды письменных коммуникаций.
10. Стратегическое планирование в СО.
11. Понятие «новость». Два типа новостного производства.
12. Кризис: понятие, виды, этапы развития.
13. Российский и зарубежный опыт организации ПР в органах федеральной, региональной и муниципальной власти.
14. Функции пресс-службы и проблема качества информации.
15. Технологии управления новостной информацией, создание и усиление значимости новости.
16. Институционализация ПР.
17. Имиджевые стратегии. Основные избирательные технологии.
18. Модели ПР-практики.
19. Имидж политической партии.
20. Типы общественных кампаний. Типы избирательных кампаний, ее этапы.
21. Типы избирательных стратегий с учетом модели электората.
22. Стратегии формирования и продвижения имиджа политика.
23. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления.
24. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ.
25. Основные технологии реализации ПР-программы.

7. Оценочные средства

7.1 Вопросы к зачету

1. Сущность и эволюция связей с общественностью
2. Необходимость и значение связей с общественностью в органах власти
3. Место связей с общественностью в органах власти
4. Цели и принципы связей с общественностью в органах власти
5. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти
6. PR в системе коммуникаций: понятие, типы, функции и модели коммуникаций, место PR в коммуникационных технологиях
7. Понятие и типология общественности, выбор приоритетных групп общественности в PR-деятельности
8. Общественное мнение в PR-деятельности органов власти: сущность, изучение, учет и формирование
9. Современные задачи информационной политики госструктур
10. PR-деятельность политических партий и общественно-политических движений
11. Особенности проведения избирательной кампании
12. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Скрипкин Г.Ф. Взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» и «Государственное и муниципальное управление» / Скрипкин Г.Ф.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 128 с. — ISBN 978-5-238-01558-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71091.html> (дата обращения: 13.08.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Васильева Л.А. Ролевые функции СМИ в процессе политической мифологизации [Электронный ресурс] : монография / Л.А. Васильева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2015. — 248 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39115.html>

3. Дзялошинский И.М. Роль местных СМИ в формировании диалога между властью, бизнесом и некоммерческими организациями [Электронный ресурс] //Федеральная база: [сайт]. URL: <http://federalbook.ru/files/SVAYZ/saderzhanie/Tom%206/VII/Dzyaloshinsky.pdf> (дата обращения: 10.01.2014).

4. Дзялошинский И.М. СМИ и органы местного самоуправления: взаимодействие во имя информационной открытости власти, М.: Правозащитный фонд «Комиссия по свободе доступа к информации», 2002.

б) дополнительная литература:

1. Засурский И.И., «Масс-медиа второй республики» формирование российской системы СМИ [Электронный ресурс] // Evarist: [сайт]. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/39.htm> (дата обращения: 6.05.2014)

2. GR-менеджмент: партнерское взаимодействие с органами государственной и муниципальной власти : учебно-методическое пособие / Я.Я. Кайль [и др.]. — Курск : Университетская книга, 2019. — 222 с. — ISBN 978-5-907205-59-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92821.html> (дата обращения: 13.08.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

в) информационные электронно-образовательные ресурсы

Интернет-источник:

1. <http://www.lib.vsu.ru>
2. <http://e.lanbook.com/>
3. <http://rucont.ru/>
4. <http://www.consultant.ru>
5. <http://www.garant.ru>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Лаборатория, оборудованная компьютерной техникой для проведения презентаций. Технические средства обучения используются в ходе лекционных занятий в виде компьютерного проектора.

Составитель:

Доцент кафедры «ЭТиГУ»



/Барзоева М.А./

СОГЛАСОВАНО:

/Зав. выпускающей каф. «ЭТиГУ»



/Таймасханов Х.Э./

Директор ДУМР



/Магомаева М.А./