

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 22.09.2022 16:25:45
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель ООП

 Васильева Е.Н.

31.08.2021

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Связи с общественностью

Направление подготовки

41.03.05 Международные отношения

Профиль подготовки

Международные отношения и дипломатия

Для студентов 1 курса очной формы обучения

Составитель: Чунёва Людмила Юрьевна, к.ф.н.

Тверь, 2021

I. Аннотация

1. Наименование дисциплины (или модуля) в соответствии с учебным планом:

Связи с общественностью

2. Цель и задачи дисциплины (или модуля):

Цель дисциплины – формирование и развитие у обучающихся компетенций:

- Способность ясно, логически верно и аргументировано строить устную и письменную речь в соответствующей профессиональной области (ОПК-2)
- Способность исполнять поручения руководителей в рамках профессиональных обязанностей на базе полученных знаний и навыков (ПК-5)
- Способность по месту работы распознать перспективное начинание или область деятельности и включиться в реализацию проекта под руководством опытного специалиста (ПК-7)
- Способность работать с материалами средств массовой информации, составлять обзоры прессы по заданным темам, находить, собирать и первично обобщать фактический материал, делая обоснованные выводы (ПК-10)

3. Место дисциплины (или модуля) в структуре ООП:

Дисциплина входит в вариативную часть учебного плана. Она непосредственно связана с дисциплинами «Этикет международного сотрудничества», «Основы имиджологии», «Деловое общение», «Теория и практика массовой информации».

4. Объем дисциплины (или модуля):

3 зачетных единицы, 108 академических часов, в том числе **контактная работа:** лекции 38 часов, практические занятия 19 часов, **самостоятельная работа:** 51 час.

5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (или модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (или модулю)
Способность ясно, логически верно и аргументировано строить устную и письменную речь в соответствующей профессиональной области (ОПК-2)	Владеть: <ul style="list-style-type: none">- навыками грамотного письма в соответствующей профессиональной области- навыками обнаружения ошибок в рукописных и печатных текстах (лексико-грамматических, орфографических и пунктуационных) по своему профессиональному профилю

	<ul style="list-style-type: none"> - различными видами устной и письменной коммуникации, ее формами в учебной и профессиональной деятельности - культурой общения в устной и письменной речи - приемами, используемыми при подготовке деловой документации <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - терминологически правильно определять любую грамматическую, лексическую или фонетическую категорию - давать квалифицированный лексико-семантический анализ любого текста по своей специальности - логически верно, аргументировано строить устную и письменную речь в своей профессиональной области <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систему русского языка на всех ее уровнях - нормы словоупотребления - нормы русской грамматики - орфографические нормы современного русского языка - нормы пунктуации и их возможную вариантность - основы современного русского языка - правила использования основ современного русского языка при составлении документов по своей специальности, докладов, рефератов, выступлений
<p>Способность исполнять поручения руководителей в рамках профессиональных обязанностей на базе полученных знаний и навыков (ПК-5)</p>	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений - методами организации конкретного порученного этапа работы и управления малого коллектива, рабочей группы <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - исполнять поручения руководителей в рамках профессиональных обязанностей на базе полученных знаний и навыков - проявлять профессиональную инициативу <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные нормативные правовые документы в сфере профессиональной деятельности - особенности групповой динамики, лидерства, методы организации командной работы
<p>Способность по месту работы распознать перспективное начинание или область деятельности и включиться в реализацию проекта под руководством опытного специалиста (ПК-7)</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - распознать перспективное начинание или область деятельности - включиться в реализацию проекта под руководством опытного специалиста <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные критерии и способы определения перспективности начинания или области деятельности в своей профессиональной сфере
<p>Способность работать с материалами средств массовой информации, составлять обзоры прессы по заданным темам, находить, соби-</p>	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска, сбора и первичного обобщения фактического материала - способностью формулирования обоснованных выводов <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обобщать, анализировать, воспринимать информацию

<p>рать и первично обобщать фактический материал, делая обоснованные выводы (ПК-10)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - составлять обзоры прессы по заданным темам - работать с материалами СМИ <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - как минимум, два иностранных языка на уровне, необходимом для составления обзоров по заданным темам в сфере международных отношений
---	---

6. Форма промежуточной аттестации: зачет

7. Язык преподавания: русский.

II. Содержание дисциплины (или модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

1. Для студентов очной формы обучения

Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия		Самостоятельная работа
		Лекции	Практические работы	
1. Введение				
Связи с общественностью в начале XXI века		2		2
2. Специфика и основные функции связей с общественностью (PR)				
2.1. Предмет, структура, основные функции связей с общественностью		2		
2.2. Основные подходы к определению PR		1		4
2.3. Основные модели информационного воздействия на массовое сознание		1		
2.4. Общественное мнение как структурный элемент PR		1		4
3. Правовые основы PR-деятельности в Российской Федерации				
3.1. PR и публично-правовой процесс		1		
3.2. Защита конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью		1		4
4. Взаимодействие организации со СМИ в рамках работы по связям с общественностью				
4.1. Средства массовой информации как канал PR-коммуникаций		2		
4.2. Этапы управления информацией		2	2	3
4.3. Формы подачи информационно-новостных материалов и механизм управления ими		2	2	3
5. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства				

5.1. Связи с общественностью в государственном управлении		2	2	
5.2. Специфика и задачи PR для политика		2	2	
5.3. Особенности, цели и задачи PR в бизнес-сфере		2		8
6. Основные организационные формы и практические мероприятия PR				
6.1. Формы связи организации (фирмы) с прессой		2	2	4
6.2. Проблема формирования позитивного имиджа руководителя, лидера и организации		2	2	
6.3. Имидж территориального образования		1		5
7. Коммуникативные технологии в сфере связей с общественностью				
7.1. Риторика, теория аргументации, герменевтика		1		4
7.2. Нейролингвистическое программирование, техника рефрейминга, основные модели пропаганды		1	2	
7.3. Основные правила подготовки и проведения деловых переговоров		1	2	
8. Лоббирование и политическое консультирование в системе связей с общественностью				
8.1. Лоббирование в системе связей с общественностью и основные подходы к его определению		2		2
8.2. Политическое консультирование в системе связей с общественностью: истоки, сущность, функции		2		2
9. Технологии PR в конфликтной и кризисной ситуации				
9.1. Технологии PR как специфический механизм регулирования конфликтов		1		
9.2. Стратегия и тактика деятельности служб PR по профилактике конфликтов и кризисов		2	2	6
9.3. Правила поведения лидера и организации в кризисной ситуации		2	1	
ИТОГО	108	38	19	51

III. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (или модулю)

- планы практических (семинарских) занятий и методические рекомендации к ним;
- методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.

IV. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (или модулю)

Этап формирования компетенции ОПК-2	Типы контрольных заданий	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
<i>Базовый (текущий контроль)</i>	Подготовка доклада / реферата / презентации	<p>5 баллов - студент глубоко и всесторонне усвоил материал; уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; делает выводы и обобщения; свободно владеет терминологическими понятиями.</p> <p>4 балла - студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; не допускает существенных неточностей; увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; аргументирует научные положения; делает выводы и обобщения; - владеет системой терминологических понятий.</p> <p>3 балла - тема раскрыта недостаточно четко и полно, студент освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; допускает несущественные ошибки и неточности; испытывает затруднения в практическом применении знаний; слабо аргументирует научные положения; затрудняется в формулировании выводов и обобщений; частично владеет системой терминологических понятий.</p> <p>1-2 балла - студент не усвоил значительной части проблемы; допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; испытывает трудности в практическом применении знаний; не может аргументировать научные положения; не формулирует выводов и обобщений; не владеет системой терминологических понятий.</p>

<p><i>Промежуточный (рубежный контроль)</i> <i>кон-</i></p>	<p>Вопросы к зачету с дополнительным практическим заданием</p>	<p>5 баллов- знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный и исчерпывающий ответ; студент свободно владеет научной терминологией; в ответе содержится анализ теорий, научных школ, направлений и их авторов; 4 балла - знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; вопросы раскрываются, но имеются неточности; студент излагает материал грамотно, но не всегда аргументировано обозначает собственную позицию; студент не продемонстрировал способность к интеграции теоретических знаний и фактического материала. 3 балла - содержание ответов слабо раскрывает обозначенные в вопросах проблемы, отличается поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности; студент не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; 1-2 балла - содержание ответов не раскрывает заявленные в билете вопросы; в ответе содержится большое количество ошибок.</p>
--	--	--

* Примерные типы контрольных заданий по дисциплине

1. Темы доклада / реферата / презентации

1. Предмет, структура, основные функции связей с общественностью
2. Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.
3. Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.
4. Классификация имиджей по целенаправленности PR-деятельности.
5. Основные этапы развития PR в России.
6. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
7. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
8. Коммуникация как социальное действие
9. Основные теории массовых коммуникаций.
10. Концепция формирования бренда.
11. Особенности рекламы на телевидении.
12. Особенности рекламы в печатных изданиях.
13. Основные характеристики и структура медиаплана.
14. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.

- 15.СМИ как неотъемлемый элемент коммуникации и их манипулятивные возможности.
- 16.Развитие служб по связям с общественности в современной России.
- 17.PR как особый вид управленческой деятельности
- 18.Основные организационные формы PR.
- 19.Структура и функции PR-службы
- 20.Функции и задачи ПР - специалиста.
- 21.Особенности связей с общественностью в государственных структурах.
- 22.Реалии и перспективы развития государственного рынка ПР.

2. Вопросы к зачету с дополнительным практическим заданием

1. Сущность, определение и задачи PR.
2. Формы PR-деятельности.
3. Специальные PR-мероприятия, как форма взаимодействия с общественностью.
4. Понятие и сущность публицити. Формы публицити.
5. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.
6. Концепции публик рилейшнз у Э. Бернайса и Х. Чайлдса
7. Становление сферы отношений с широкой общественностью.
8. Основные проблемы ПР в будущем.
9. Восприятие и общественное мнение.
- 10.Исследование общественного мнения.
- 11.Организация работы PR-служб: общие принципы и их реализации.
- 12.Правовые основы деятельности PR-служб.
- 13.Информационно-аналитическое обеспечение деятельности PR-служб.
- 14.Создание и использование информационных ресурсов. Рынок информационных услуг.
- 15.Формы аналитической обработки материалов..
- 16.Социологические исследования и использование результатов социологических исследований.
- 17.Сущность и понятие имиджа: в рекламе, политике, связях с общественностью.
- 18.Основные составляющие имиджа.
- 19.Определение корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.
- 20.Этика в связях с общественностью. Основные этические теории
- 21.Слухи как явление массовой коммуникации. Борьба со слухами в кризисной ситуации.

Этап формирования компетенции ПК-5, 7, 10	Типы контрольных заданий	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
--	--------------------------	--

<p><i>Базовый (текущий контроль)</i></p>	<p>Подготовка проекта профессиональной направленности в малых группах</p>	<p>5 баллов - даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы; при ответах выделялось главное; ответы были четкими, а мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и развитии.</p> <p>4 балла - даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы; при ответах не всегда выделялось главное; ответы проработаны, но не всегда четко выражены.</p> <p>3 балла - даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны ответы.</p> <p>1-2 балла - не выполнены требования, предъявляемые к ответу, оцениваемому как «удовлетворительно».</p>
<p><i>Промежуточный (рубежный контроль)</i></p>	<p>Вопросы к зачету с дополнительным практическим заданием</p>	<p>5 баллов- знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный и исчерпывающий ответ; студент свободно владеет научной терминологией; в ответе содержится анализ теорий, научных школ, направлений и их авторов;</p> <p>4 балла - знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; вопросы раскрываются, но имеются неточности; студент излагает материал грамотно, но не всегда аргументировано обозначает собственную позицию; студент не продемонстрировал способность к интеграции теоретических знаний и фактического материала.</p> <p>3 балла - содержание ответов слабо раскрывает обозначенные в вопросах проблемы, отличается поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности; студент не мо-</p>

		жет обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; 1-2 балла - содержание ответов не раскрывает заявленные в билете вопросы; в ответе содержится большое количество ошибок.
--	--	--

* Примерные типы контрольных заданий по дисциплине

1. Направленность проектной деятельности / условия выполнения проекта

Студенты группы делятся на 4 команды, каждая из которых получает задание – самостоятельно разработать проект грантовой заявки для:

- некоммерческой организации;
- органа государственной власти;
- органа местного самоуправления;
- научного сотрудника вуза.

(образец грантовой заявки выдается преподавателем)

В каждой группе происходит разделение заявки на подразделы, где каждый из членов группы получает для написания определенный раздел заявки (например: постановка проблемы, технология реализации проекта, бюджет проекта и т.д.)

За 30 минут до окончания семинара студенты занимают места в соответствии с участием в группе. Обмениваются подготовленными разделами проекта, выбирают студента, который будет делать презентацию грантовой заявки. Каждой группе предоставляется возможность сделать презентацию грантовой заявки. Преподаватель подводит итоги презентаций. Отмечает сильные и слабые стороны разработанных заявок, технологию обсуждения аргументов в группах

2. Вопросы к зачету с дополнительным практическим заданием

1. Брэнд и его значение в современной рекламе.
2. Классификация брендов.
3. Концепция формирования брэнда, позиционирование брэнда.
4. Политическое консультирование: типы, виды и формы.
5. Технологии политического консультирования.
6. Политический консультант: типы, характерные черты, функции.
7. Работа консультанта в избирательной кампании по созданию стратегии клиента.
8. Профессиональные требования к специалисту по PR.
9. Этика и профессиональные стандарты в «Связях с общественностью».
- 10.Связи с общественностью в государственных структурах.
- 11.Субъекты и структура российского государственного PR – рынка.
- 12.Некоммерческие организации – понятие, функции, характерные черты.
- 13.Специфика функционирования некоммерческих организаций в современной России.
- 14.PR-технологии в привлечении инвестиций.

15. Понятие спонсоринга, фандрайзинга.
16. Целевые мероприятия по привлечению средств. Этапы Фандрайзинга.
17. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования
18. Оперативные рабочие информационные документы.
19. Имиджевые корпоративные документы.
20. Служебные PR-документы.

ЗАДАНИЕ. С учетом известных характеристик корпоративного имиджа попробуйте разработать концепцию имиджа:

- высшего учебного заведения;
- завода по производству минеральной воды;
- сети магазинов, продающих компьютеры;
- рекламной компании;
- банка;

V. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (или модуля)

Основная литература:

1. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.А. Шомова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 198 с. — 978-5-7567-0598-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8968.html>
2. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.В. Минаева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 320 с. — 978-5-7567-0642-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972.html>
3. PR: теория и практика : учебник / Д.Е. Баранов, Е.В. Демко, М.А. Лукашенко и др. ; под ред. М.А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. - 352 с. : ил., табл. - (Университетская серия). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4257-0091-9 ; [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=451097>

Дополнительная литература:

4. Старикова, Ю.А. Связи с общественностью (Паблик рилейшнз): Конспект лекций : учебное пособие / Ю.А. Старикова. - Москва : А-Приор, 2010. - 95 с. - ISBN 978-5-384-00373-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56308>
5. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 159 с. — 978-5-7567-0656-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976.html>
6. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). -

ISBN 5-238-00603-9 ; [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546>

VI. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (или модуля)

1. Электронная библиотека ЮРАЙТ <https://biblio-online.ru/>
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>
3. База данных Web of science
http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do;jsessionid=8C7D9EC281BBB8F7EBE50BECF4859213?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F6WxQi5dRF9ldaj2yd4&preferencesSaved=
4. Электронно-библиотечная система издательства «Лань»
<https://e.lanbook.com/>
5. Электронно-библиотечная система «Знаниум» <http://www.znanium.com/>
6. Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда
<http://www.mylibrary.com/browse/open.asp>
7. Электронная библиотека РГБ <http://diss.rsl.ru/>
8. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/>

VII. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (или модуля)

Учебная программа

Введение

Связи с общественностью в начале XXI века. Изменение характера иерархической связи между источником коммуникации и потребителем информации. Переосмысление роли человеческого фактора в экономическом, политическом и духовном развитии общества. Динамичность информационных процессов на стыке взаимодействия между организацией и населением, властью и обществом.

Раздел 1. Специфика и основные функции связей с общественностью (PR)

Предмет, структура, основные функции связей с общественностью. Общественные связи как социальный регулятор стабильности общества. Их роль в системе реализации взаимных потребностей различных компонентов социального организма.

PR как особый вид управленческой деятельности. Основные подходы к определению PR. PR как искусство. PR как сфера деятельности (коммуникации). PR как функция управления коммуникациями. PR как стратегия управления коммуникативным пространством.

Структуры по связям с общественностью в системе управления общественными отношениями. Универсальные принципы PR: гражданский консенсус, эволюционизм, согласование интересов. Их трансформация в конкретных сферах государства и общества. Основные концепции PR: С. Адамс, С. Блэк. Совокупность принципов PR и проблема их классификации. Современное информационное общество и его существенные характеристики.

Информационные процессы в обществе и управление. Основные модели информационного воздействия на массовое сознание: тоталитарная, манипулятивная и диалоговая. Их качественные характеристики.

Модель рефлексивного управления. Роль СМИ в управлении информационными процессами в обществе. Понятие менталитета народа и его значение в моделировании информационных технологий. Менталитет и процесс восприятия информации.

PR, реклама и пропаганда: сходство и различие. PR-кампания и её составляющие: определение проблемы, планирование и программирование, действие и коммуникация, оценка программы. Аудитория PR и система подходов к ней.

PR как подсистема управления общественными связями. Социальный и технологический подход к PR. «Открытый» и «закрытый» типы общественности. Корпоративная культура компании и её специфика в российских условиях. Цели внутреннего PR.

Общественное мнение как структурный элемент PR. Природа и статус общественного мнения. Основные причины, затрудняющие процесс его формирования. Анализ состояния общественного мнения. Выделение заинтересованных и приоритетных групп.

Раздел 2. Правовые основы PR-деятельности в Российской Федерации

PR и публично-правовой процесс. Осуществление общественных связей как урегулированный нормами законодательства публичный процесс реализации прав граждан на информацию. Проблема легитимности PR-деятельности. Политическая и правозаконная практика публичных отношений. Общественность в PR-отношениях. Вопросы правового регулирования информационной связи государства и общества. Законы Российской Федерации «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ и «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (с дополнениями по состоянию на 21 июля 2005 г.).

Защита конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью. Основные виды защищаемой информации, требования к системе защиты информации с учётом внешних и внутренних факторов. Правовая ответственность за нарушение правил защиты конфиденциальной информации, её незаконное получение и использование.

Раздел 3. Взаимодействие организации со СМИ в рамках работы по связям с общественностью

PR и средства массовой информации: способы взаимодействия. Средства массовой информации как канал PR-коммуникаций. Информационная специфика современной прессы, телевидения, радио, электронных СМИ. Этапы управления информацией: формирование собственно информационного потока, сегментирование информационного потока, формирование информационного партнёрства.

Новость как основной критерий отбора информации. Формы подачи информационно-новостных материалов. Механизм управления новостной

информацией и приёмы её конструирования. Информационный пакет для прессы и его основные компоненты. Основные жанры PR-материалов.

Раздел 4. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства

Связи с общественностью в политике и государственном управлении: общее и особенное. Роль и задачи PR в создании имиджа властных структур в контексте современного состояния развития общества. Принципы позиционирования и создания позитивных контекстов.

Общие принципы организации и задачи PR-служб в региональных органах власти: обеспечение гласности и открытости работы администраций, содействие сотрудничеству с гражданами и объединениями, содействие реализации законодательства и становлению институтов гражданского общества.

Специфика и задачи PR для политика. Роль имиджа лидера и организации. Стратегия политического PR. Принципы проведения политической PR-кампании. Современные избирательные технологии связей с общественностью. Манипулятивные психотехнологии публичных рилейнз. Основные приёмы снижения имиджа противника.

Особенности, цели и задачи PR в бизнес-сфере. Содействие формированию имиджа компании, организация и поддержание её эффективного взаимодействия с общественностью, учёт её интересов при формировании корпоративной стратегии, обеспечение управления конфликтами между компанией и общественностью, создание доброжелательной атмосферы внутри компании в целях повышения эффективности работы.

Основные направления деятельности PR-служб бизнес-компаний: управление репутацией, поддержка маркетинга, отношения с инвесторами, взаимоотношения со служащими, лоббирование, отношения со СМИ, управление конфликтными ситуациями.

Раздел 5. Основные организационные формы и практические мероприятия PR

Общая характеристика основных организационных форм и практических мероприятий PR. Создание позитивных контекстов, позиционирование, отстройка от конкурентов. Представительские мероприятия: презентации, публичные выступления и деловые беседы. Социальные PR-технологии. Спонсорство, конкурсы, выставки и ярмарки как средства PR. Благотворительность как ресурс PR.

Основные организационные формы PR. Формы связи организации (фирмы) с прессой: пресс-конференция, брифинг, интервью, пресс-клуб, неофициальный прием для прессы, посещение объекта. Требования к организации пресс-конференций (концепция Ф. Зайтеля). Специфика ведения интервью с агрессивно настроенным журналистом. Организация специальных событий. «Зацепка» и ее разновидности. Формула пресс-релиза (концепция Ф. Джефкинса).

Проблема формирования позитивного имиджа руководителя, лидера и организации. Определение имиджа и его общие характеристики. Имидж и стереотип. Классификация имиджей по целенаправленности PR-деятельности.

Психологическое содержание деятельности по формированию эффективного имиджа. Основные характеристики имиджа как психического образа. Типологии имиджа организаций. Характеристики организации и их роль в создании имиджа. Общие требования к формированию имиджа руководителя. Модели имиджа организации и лидера. Имидж территориального образования.

Раздел 6. Коммуникативные технологии в сфере связей с общественностью

Риторика и специфика её использования в сфере PR. Коммуникативный и интерактивный характер аргументации. Стадии разрешения спора. Герменевтика и основные правила истолкования текста. Нейролингвистическое программирование и техника рефрейминга. Общая схема пропагандистского анализа. Основные модели пропаганды: модель искривлённого источника, модель легитимизации источника и модель слухового источника. Теория переговоров. Основные правила подготовки и проведения деловых переговоров.

Раздел 7. Лоббирование и политическое консультирование в системе связей с общественностью

Лоббирование в системе связей с общественностью. Основные подходы к определению понятия «лоббирование». Прямые и не прямые приемы лоббирования. Закрытое и открытое лоббирование. Правила лоббирования. Алгоритм лоббистских действий.

Политическое консультирование в системе связей с общественностью: истоки, сущность, функции. Новый стиль современной политической жизни и его главные черты. Социологический профиль и политические убеждения политконсультанта. Критерии его профессионализма. Варианты взаимоотношений политконсультанта с заказчиком. Политическое консультирование в России в начале XXI века.

Раздел 8. Технологии PR в конфликтной и кризисной ситуации

Технологии PR как специфический механизм регулирования конфликтов. Неравномерность распределения ресурсов власти – главное противоречие политической коммуникации. Информационные факторы-конфликтогены в современном обществе. Стратегия и тактика деятельности служб PR по профилактике конфликтов и кризисов. Базовые информационные потребности населения и органов власти. Содержание тактического антикризисного планирования. Правила поведения лидера и организации в кризисной ситуации.

Оценка уровня сформированности компетенций

осуществляется в процессе следующих форм контроля:

- следящего (проводится оценка выполнения студентами заданий в ходе аудиторных занятий);

- текущего (оценивается работа студентов вне аудиторных занятий);
- промежуточного (рейтинговые точки);
- итогового (зачёт).

Формы и способы контроля соответствуют цели обучения и избранным образовательным технологиям, методам формирования компетенций.

Таблица соответствия целей обучения и способов контроля сформированности компетенций

Наименование составляющих компетенций	Формы и способы контроля
Знание основных понятий теории связей с общественностью	Различные типы открытых и закрытых тестов, терминологические диктанты
Знание основных направлений PR-деятельности государственных и общественных организаций	Выполнение практических заданий, участие в деловых играх, решение ситуационных задач
Знание особенностей использования технологий связей с общественностью в кризисных и конфликтных ситуациях	Выполнение практических заданий, тесты
Умение ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения	Участие в ролевых играх, фронтальных беседах, решение ситуационных задач, аналитические письменные работы
Умение применять на практике наиболее типичные PR-технологии, планировать и реализовывать на практике основные этапы PR-кампании	Практические задания, ролевые игры
Умение взаимодействовать со средствами массовой информации в рамках создания и поддержания положительного имиджа своей организации	Практические задания, составление пресс-релиза, стимулирование творческой активности (создание специального события)
Умение анализировать социально значимые проблемы и процессы	Ролевые игры, решение ситуационных задач, рефераты
Умение работать с материалами средств массовой информации, составлять обзоры прессы по заданным темам, находить, собирать и первично обобщать фактический материал, делая обоснованные выводы	Практические задания, метод малых групп, ролевые игры
Умение исполнять поручения руководителей в рамках профессиональных обязанностей на базе полученных знаний и навыков	Участие в ролевых играх, практические задания, метод малых групп

Требования к рейтинг-контролю.

Согласно Положению о рейтинговой системе обучения студентов ТвГУ максимальная сумма баллов по учебной дисциплине, заканчивающейся зачетом, по итогам семестра составляет 100 баллов. Студенту, набравшему 50 баллов и выше по итогам работы в семестре, в экзаменационной ведомости и зачетной книжке выставляется оценка «зачтено». Студент, набравший от 20 до 49

баллов включительно, сдает зачет в последнюю неделю семестра по данной дисциплине. Студенту, набравшему меньше 20 баллов, в экзаменационной ведомости выставляется оценка «незачтено». Данному студенту разрешается передача зачета по направлению деканата на последней неделе семестра.

VIII. Перечень педагогических и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (или модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (по необходимости)

Проблемная лекция, Регламентированная дискуссия, Работа в малых группах, Метод малых групп, Презентация мини-проектов, Лекция-визуализация, с элементами фронтальной беседы, Лекция с элементами опроса, Дискуссия типа форум.

IX. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория с мультимедийной установкой, компьютерный класс, научная библиотека ТвГУ, Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows Microsoft Office профессиональный плюс 2013, MS Windows 10 Enterprise.

X. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины (или модуля)	Описание внесенных изменений	Дата и протокол заседания кафедры, утвердившего изменения
1.	Обновление списка литературы	Уточнены	31.08.2017 протокол №1 заседания кафедры международных отношений
2.			