МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И.Т. ТРУБИЛИНА»

Факультет управления

Кафедра государственного и муниципального управления

**УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ**

**Методические рекомендации**

к практическим занятиям

для обучающихся направления подготовки 38.03.04

«Государственное и муниципальное управление»

Уровень высшего образования

Бакалавриат

(программа прикладного бакалавриата)

Краснодар

КубГАУ

2016

*Составитель:* О.Н. Кобцева

**Управление общественными отношениями** : метод. рекомендации к практическим занятиям / С. Ю. Андреев. – Краснодар : КубГАУ, 2016. – 55 с.

Методические рекомендации по дисциплине «Управление общественными отношениями» включают перечень вопросов по основным разделам и темам, практические задания для выполнения на семинарских занятиях.

Предназначены для обучающихся направления подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»*.*

Рассмотрено и одобрено методической комиссией факультета управления Кубанского госагроуниверситета, протокол № 9 от 13.04.2016.

Председатель

методической комиссии

 И. Н. Путилина

© Кобцева О. Н.,

 составление, 2016

© ФГБОУ ВПО «Кубанский

 государственный аграрный

 университет», 2016

**Цель и задачи освоения дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины «Управление общественными отношениям» является обучение студентов методологии и основным технологическим приемам управления общественными отношениями, взаимодействия со средствами массовой информации на различных уровнях управления в современном обществе.

**Задачи**

* освоить понятийный аппарат дисциплины «управление общественными отношениями» («общественные отношения», «информационные процессы», «коммуникация», «средства массовой информации», «информационная политика РФ», «общественное мнение», жанры журналистики);
* рассмотреть цели, методы, формы и конкретные инструменты планирования и реализации отношений организаций со СМИ, широкой и местной общественностью, госструктурами и т.д.;
* рассмотреть технологии и инструментарий формирования имиджа, в том числе корпоративного имиджа и имиджа в политике;
* изучить технологию и инструментарий организации и проведения специальных событий (презентация, пресс-конференция, конференция, «круглый стол», церемония открытия, день открытых дверей, выставки).

В результате освоения дисциплины обучающийся готовится к следующим видам деятельности, в соответствии с образовательным стандартом ФГОС ВПО 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»:

**Виды профессиональной деятельности**

*­- организационно-регулирующая деятельность:*

* участие в разработке и реализации управленческих решений, в том числе нормативных актов, направленных на исполнение полномочий государственных органов, органов местного самоуправления, лиц, замещающих государственные и муниципальные должности, на осуществление прав и обязанностей государственных и муниципальных предприятиях и учреждениях, научных и образовательных организациях, политических партиях, общественно-политических, некоммерческих и коммерческих организациях;
* участие в обеспечении разработки социально ориентированных мер регулирующего воздействия на общественные отношения и процессы социально­-экономического развития;

- *исполнительно-распорядительная деятельность:*

* участие в составлении планов и организации деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций;
* сбор, обработка информации и участие в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций.

 «Управление общественными отношениями» является дисциплиной вариативной части ОП подготовки обучающихся по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление.

Для изучения дисциплины «Управление общественными отношениями» студентам необходимы знания по предыдущим (смежным) дисциплинам:

* Иностранный язык;
* Социальная психология;
* Социология и культурология;
* Деловые коммуникации;
* Психология;
* Введение в специальность;
* Русский язык и культура речи;
* Риторика;
* Политология;
* Корпоративная социальная ответственность;
* Теория организации;
* Геополитика;
* Политическое управление;
* Государственное управление и религия;
* Философия управления;
* Возрастная психология;
* Связи с общественностью в органах власти.

Дисциплина может быть использована в изучении последующих дисциплин, практик, НИР, подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра:

* Конфликтология;
* Психология и педагогика;
* Основы управления персоналом;
* Этика государственной и муниципальной службы;
* Государственная итоговая аттестация.

**Требования к формируемым компетенциям**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-5 – способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОК-6 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОПК-4 - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

ПК-19 - способностью эффективно участвовать в групповой работе на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды.

**1 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

* 1. **Содержание лекций**

Темы лекций:

Тема 1Общественные отношения: история формирования сферы деятельности.

Общественные связи и их функции.

Предпосылки появления ПР как коммуникативной технологии, опыт США.

Общественные отношения (ПР) в Европе.

История российских ПР.

Тема 2. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (ПР).

Организация как система. Функции ПР.

Предмет, структура ПР.

Управление общественными отношениями (ПР) и пропаганда.

ПР, маркетинг, реклама – соотношение понятий.

Интегрированные маркетинговые коммуникации и ПР.ПР и брэндинг.

Модели ПР по Дж.Грюнику.

Тема 3Правовые и этические основы отношений с общественностью.

Зарубежный опыт правового регулирования ПР.

Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.

Российское законодательство и деятельность по связям с общественностью.

Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов по ПР.

Российский Кодекс этических принципов связей с общественностью.

Тема 4 Общественность и общественное мнение.

Общественность: понятие и виды (толпа-масса- общественность).

Природа, статус и функции общественного мнения.

Общественное мнение как структурный элемент ПР.

Способы управления общественным мнением и формы воздействия на него.

Тема 5. Стратегическое планирование деятельности как основа гармонизации отношений организации с общественностью.

Определение миссии организации.

Программирование деятельности. Принципы выделения и описания целевых аудиторий.

Выбор средств взаимодействия. Оценка эффективности отношений с общественностью.

Тема 6. Коммуникации в организациях и ПР.

Понятие коммуникации как процесса.

Виды и характеристики коммуникаций.

Схема развитой коммуникации.

Коммуникационный менеджмент в организации.

Тема 7. ПР и средства массовой информации.

Как обеспечить систему работы с журналистами.

Структура пресс-службы.

Особая роль пресс-секретаря.

Как провести пресс-конференцию (брифинг).

Основные жанры журналистики и ПР.

Тема 8. Структура ПР-фирмы, отдела ПР в организации.

Необходимость формирования ПР-служб в российских органах власти.

Значение ПР- организаций в общественных отношениях.

Типовой вариант ПР фирмы (организации).

Отдел или служба ПР в организации.

Тема 9.ПР в бизнесе и политике.

Социальная ответственность бизнеса и ПР.

Имидж компании (фирмы) как ключевое понятие ПР.

Как организовать и провести презентацию.

ПP-технологии в избирательных кампаниях.

Цивилизованное лоббирование.

Проблемы имиджа страны.

Тема 10. Развитие отношений с общественностью в органах власти.

ПР и органы власти. ПР-службы в органах власти: функции, структура.

Бюджетный процесс как проблема власти, СМИ и общественности.

Власть- население: формы работы, обратная связь.

**1.2 Семинарские занятия**

Цель проведения семинарских занятий заключается в закреплении полученных теоретических знаний на лекциях и в процессе самостоятельного изучения студентами специальной литературы. Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор хозяйственных ситуаций, возникающих в практической деятельности коммерческих организаций. В обязанности преподавателя входят оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Наименование занятия по темам лекций:

1.Общественные отношения: история формирования сферы деятельности.

2. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (ПР).

2. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (ПР).

3. Правовые и этические основы отношений с общественностью.

4. Общественность и общественное мнение.

4. Общественность и общественное мнение.

5. Стратегическое планирование деятельности как основа гармонизации отношений организации с общественностью.

6. Коммуникации в организациях и ПР.

6. Коммуникации в организациях и ПР.

7. ПР и средства массовой информации.

7. ПР и средства массовой информации.

8. Структура ПР-фирмы, отдела ПР в организации.

9. ПР в бизнесе и политике.

9. ПР в бизнесе и политике.

10. Развитие отношений с общественностью в органах власти.

10. Развитие отношений с общественностью в органах власти.

**Тематика семинарских занятий**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № те-мы | Название темы семинарского занятия | Используемая образовательная технология |
| 1. | Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы, написание реферата | Устный опрос, тестирование, реферат  |
| 2. | Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы, написание реферата | Устный опрос, реферат, контрольная работа, кейс-задание |
| 3. | Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы, подготовка доклада | Устный опрос, доклад на практическом занятии,  |
| 4. | Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы, написание реферата | Устный опрос, эссе, дискуссия, доклад, кейс-задание |
| 5. | Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы, написание реферата | Устный опрос, тестирование, реферат, круглый стол. |
| 6. | Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы, написание реферата | Устный опрос, тестирование, реферат  |
| 7. | Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы, написание реферата | Устный опрос, реферат, контрольная работа, кейс-задание |
| 8. | Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы, подготовка доклада | Устный опрос, доклад на практическом занятии,  |
| 9. | Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы, написание реферата | Устный опрос, эссе, дискуссия, доклад, кейс-задание |
| 10. | Проработка конспектов лекций, изучение основной и дополнительной литературы, написание реферата | Устный опрос, тестирование, реферат, круглый стол. |

**Практическое занятие №1**

**Тема «Общественные отношения: история формирования сферы деятельности**»

**Цели занятия:**

Образовательная: дать представление о истории формирования российских и зарубежных ПР службах.

Развивающая: стимулировать потребность обучающегося к изучению становления общественных отношений как сферы деятельности.

**Темы для обсуждения:**

1. Общественные связи и их функции.
2. Предпосылки появления ПР как коммуникативной технологии, опыт США.
3. Общественные отношения (ПР) в Европе.
4. История российских ПР.

**Вопросы для повторения:**

1.Какие коммуникативные технологии предшествовали появлению ПР?

2.К какому времени относится зарождение пропаганды как коммуникативной технологии?

3.Что означают выражения «Бостонское чаепитие», «Бостонская резня»? Какое отношение они имеют к истории ПР?

4. Роль Айви Л.Ли в истории ПР.

5. Заслуги Э.Бернайза в развитии общественных отношений.

6. Первая значительная политическая кампания в истории ПР, сыгравшая важную роль в развитии крупного государства.

7. Что вы знаете о клубе «Стеклянный дом»?

8. Роль Люсьена Матра в истории ПР.

9. Когда создана Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA)?

10. Когда создана Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО)?

11. Какие профессиональные периодические издания по ПР выходят в России?

12. Какие признаки развитой ПР-отрасли в России вы можете назвать?

13. Назовите имена, вошедшие в историю зарождения российских ПР.

14. Какая национальная премия учреждена в области связей с общественностью?

15. Какие документы регламентируют ПР-деятельность в России?

16. Где сформировалась первая научная школа ПР-логии в России?

**Задания для самостоятельной работы**

1. Сопоставьте даты зарождения ПР в США, во Франции и России. Прокомментируйте, объясните.
2. Известны ли вам лауреаты национальной премии в области связей с общественностью «Серебряный лучник»? Соберите о них информацию, особенно о ваших земляках или представителях близкого вам региона. Сформулируйте практическую значимость отмеченного национальной премией ПР-проекта.

Темы фиксированных сообщений

1. Особенности проявления PR-деятельности в античности и средне­вековье.
2. Отцы-основатели PR (Айви Ли, Эд. Бернейз, Саймон Блэк и др.).
3. Проявления PR-деятельности в российской истории.
4. Предыстория PR в Западной Европе, США.
5. Специфика становления и развития российского PR-рынка

Задания для самопроверки

* + - * 1. Проанализируйте наиболее распространенные определения ПР и сравните их, выделив наиболее полное, по вашему мнению.
				2. Приведите примеры протопиара в отечественных общественных отношениях.

**План занятия:**

1 Организационная часть: проверка посещаемости,

подготовка рабочего места и др.

2 Мотивация и цель занятия: что нового узнает в результате занятий, чему научится, как реализует полученные знания на практике

3 Проведение занятия:

- устный опрос по вопросам;

- зачитывание докладов;

- обсуждение кейс-задания;

- тестирование;

- выполнение заданий для самостоятельной работы и самопроверки

4 Подведение итогов:

- проверка письменных заданий (рефератов);

- оценка участия обучающегося в учебном процессе на семинарском занятии

5 Домашнее задание (самостоятельная работа):

- подготовить докладов по теме;

 - подготовить ответы на вопросы для обсуждения;

- изучить дополнительную литературу по теме.

**Практическое занятие №2 и №3**

**Тема «Предмет, структура, основные функции общественных отношений (ПР)**»

**Цели занятия:**

Образовательная: дать представление об основных функция общественных отношений и связи их с другими дисциплинами.

Развивающая: стимулировать потребность обучающегося к изучению разновидностей коммуникаций, моделей общественных отношений.

**Темы для обсуждения:**

1. Организация как система. Функции ПР.
2. Предмет, структура ПР.
3. Управление общественными отношениями (ПР) и пропаганда.
4. ПР, маркетинг, реклама – соотношение понятий.
5. Интегрированные маркетинговые коммуникации и ПР. ПР и брэндинг.

6. Модели ПР по Дж.Грюнику.

Основные понятия

Коммуникации: материальные, социальные, межличностные, вербаль­ные и невербальные; массовая коммуникация; пропаганда, реклама, лоббиро­вание, маркетинг.

**Вопросы для повторения**

1. Что вы знаете о применении теории систем к социальной жизни?
2. Поясните различие между открытыми и закрытыми системами в биологии, механике и социальной жизни.
3. В чем различия процессов гомеостазиса и морфогенеза?
4. Какова роль ПР в жизни организации как системы? Каковы социальные функции ПР в обществе?
5. На основе анализа практики конкретных организаций дайте развернутые примеры функционерского и функционального подходов к ПР.
6. Перечислите виды ПР-деятельности, сгруппируйте их по степени сложности.
7. Какие типичные ошибки в понимании ПР вы знаете? Каковы причины такого понимания?
8. Какова связь между понятиями «паблик рилейшнз» и «коммуникации»?
9. Каковы функции ПР в организации?
10. Приведите классическое определение ПР, данное Сэмом Блэком, прокомментируйте его.
11. Можно ли назвать социальную рекламу разновидностью ПР?
12. Маркетинг и ПР- каково соотношение этих понятий?
13. Существует ли иерархическая зависимость между рекламой, маркетингом и ПР в бизнесе?
14. Что такое паблисити и какую роль оно играет в бизнесе?
15. Как вы понимаете ИМК-интегрированные маркетинговые коммуникации?
16. Когда и по каким причинам появились ИМК?
17. Как соотносятся понятия ПР и ИМК?
18. Какие мировые брэнды вы знаете?
19. Какие российские брэнды вам известны?
20. Что общего в ПР и брэндинге?
21. Назовите модели ПР по Дж.Грюнику.
22. Какая из моделей ПР наиболее распространена и почему?

Темы фиксированных сообщений

1. Этика PR и социальная ответственность.
2. PR-деятельность в конфликтных и кризисных ситуациях.
3. Доктрина информационной безопасности РФ и деятельность PR- служб в органах государственного и муниципального управления.
4. Значение межличностных коммуникаций в политической жизни общества.
5. PR в системе интегрированных маркетинговых технологий (ИМК).
6. PR и пропаганда в условиях командно-административной системы.
7. Особенности PR-кампании в сети Интернет.

**Задания для самостоятельной работы.**

1. Ознакомьтесь с публикациями по итогам очередных Дней ПР в Москве. Что нового в развитии российских ПР отмечают специалисты?
2. Приведите пример ПР-кампании, проводимой местным органом власти. Проанализируйте применяемые методы. К какой модели вы можете ее отнести?

3.Проведите небольшую дискуссию. Какую из приведенных ниже формул вы поддерживаете?

А) ИМК = ПР

Б) Маркетинг+реклама+ПР=ИМК

И) ИМК+ПР=цивилизованный бизнес

Задания для самопроверки

- Выполните упражнение, заполнив следующую таблицу:

Взаимосвязь и различие ПР со смежными областями

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сфера | Сходство | Различие |
| Реклама |  |  |
| Пропаганда |  |  |
| Маркетинг |  |  |

Приведите примеры материальных и социальных (общественных) коммуникаций.

Нарисуйте схему развитой коммуникации, выделите вторичное ин­формационное поле.

Составьте перечень основных характеристик массовой коммуника­ции.

**План занятия:**

1 Организационная часть: проверка посещаемости,

подготовка рабочего места и др.

2 Мотивация и цель занятия: что нового узнает в результате занятий, чему научится, как реализует полученные знания на практике

3 Проведение занятия:

- устный опрос по вопросам;

- зачитывание докладов;

- обсуждение кейс-задания;

- тестирование;

- выполнение заданий для самостоятельной работы и самопроверки

4 Подведение итогов:

- проверка письменных заданий (рефератов);

- оценка участия обучающегося в учебном процессе на семинарском занятии

5 Домашнее задание (самостоятельная работа):

- подготовить докладов по теме;

 - подготовить ответы на вопросы для обсуждения;

- изучить дополнительную литературу по теме.

**Практическое занятие №4**

**Тема «Правовые и этические основы отношений с общественностью**»

**Цели занятия:**

Образовательная: дать представление о существующих правовых и этических подходах ведения ПР деятельности.

Развивающая: стимулировать потребность обучающегося к изучению Российского законодательства и деятельность по связям с общественностью, Российского Кодекса этических принципов связей с общественностью.

**Темы для обсуждения:**

1. Зарубежный опыт правового регулирования ПР.
2. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.
3. Российское законодательство и деятельность по связям с общественностью.
4. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов по ПР.

5. Российский Кодекс этических принципов связей с общественностью.

Основные понятия

Публично-правовой процесс, легитимность, легитимация, правовая природа общественности, союзы интересов, предпринимательские союзы, союзы профессий, кодекс РАСО, коммуникативная компетенция, конфлик­тологические умения, конфликтная личность, обаятельная личность.

**Вопросы для повторения**

1. С какими юридическими проблемами приходится сталкиваться ПР-специалисту?
2. Какие формы правового регулирования массовых коммуникаций и СМИ используются в США?
3. Каким образом Первая поправка к Конституции США препятствует порой доступу к СМИ?
4. Какие российские законы , косвенно регулирующие ПР-сферу, вы знаете?
5. Ваше понимание информационной политики РФ? В чем она находит свое выражение?
6. Когда учреждена первая международная организация ПР? Как она называется? Специфика членства в этой организации?
7. Какая международная организация ПР является одной из самых крупных и авторитетных в Европе?
8. Какие профессиональные организации участвовали в разработке и принятии этических стандартов ПР?
9. Расскажите о роли РАСО в развитии ПР.
10. Когда принят Российский Кодекс этических принципов ПР?
11. Какие формы контроля за соблюдением этических принципов ПР осуществляются в нашей стране?
12. Какие положения Российского Кодекса этических принципов ПР вы считаете наиболее трудно выполнимыми и почему?

Задания для самопроверки

Определите различия между легитимацией предпринимательской практики фирмы и легитимацией государственной власти.

Сформулируйте значение PR-практики для формирования граждан­ского общества.

Перечислите шесть главных психологических правил PR- деятельности.

**Задания для самостоятельной работы.**

1. Сопоставьте Афинский и Лиссабонский кодексы профессиональных принципов ПР. Найдите различия, объясните их.
2. Проведите дискуссию на тему «Провокация ПРОМАКО 2001 года и ее роль в развитии российских ПР».
3. Обсудите на семинаре дискуссионный вопрос «Нужен ли российский федеральный Закон о ПР?»
4. Проведите анализ конкретных примеров нарушения этических норм ПР . Обсудите причины нарушений и покажите, как можно было разрешить ситуации этичным путем.

**Практическое задание:**

а) Сформируйте пакет законодательных актов, которые следует знать ПР-специалистам при работе с различными базисными ПР субъектами: со средствами массовой информации; бизнесом; политическими партиями и некоммерческими организациями; населением.

б) Проанализируйте кодекс профессиональной этики ведущих российских ПР-агентств.

**Темы фиксированных сообщений**

1. Этика PR и социальная ответственность.
2. PR-деятельность в конфликтных и кризисных ситуациях.
3. Доктрина информационной безопасности РФ и деятельность PR- служб в органах государственного и муниципального управления.

**План занятия:**

1 Организационная часть: проверка посещаемости,

подготовка рабочего места и др.

2 Мотивация и цель занятия: что нового узнает в результате занятий, чему научится, как реализует полученные знания на практике

3 Проведение занятия:

- устный опрос по вопросам;

- зачитывание докладов;

- обсуждение кейс-задания;

- тестирование;

- выполнение практического задания и задания для самостоятельной работы

4 Подведение итогов:

- проверка письменных заданий (рефератов);

- оценка участия обучающегося в учебном процессе на семинарском занятии

5 Домашнее задание (самостоятельная работа):

- подготовить докладов по теме;

 - подготовить ответы на вопросы для обсуждения;

- изучить дополнительную литературу по теме.

**Практическое занятие №5 и №6**

**Тема «Общественность и общественное мнение**»

**Цели занятия:**

Образовательная: дать представление о существующей практике изучения общественности и общественного мнения.

Развивающая: стимулировать потребность обучающегося к изучению природы, статуса и функций общественного мнения.

**Темы для обсуждения:**

1. Общественность: понятие и виды (толпа-масса- общественность).
2. Природа, статус и функции общественного мнения.
3. Общественное мнение как структурный элемент ПР.

4. Способы управления общественным мнением и формы воздействия на него.

Основные понятия

Общественность, ситуационный подход, приоритетные целевые груп­пы, фокус-группа, общественное мнение, индивидуальные ориентации

**Вопросы для повторения.**

1. В чем различие типов коллективного группирования: толпа, масса, общественность?
2. Какой тип коллективного группирования оптимален для ПР-деятельности?
3. При каких обстоятельствах толпа или масса могут войти в состояние общественности?
4. Какой тип коллективного группирования предпочтителен для пропаганды?
5. Какое определение общественного мнения вы считаете наиболее точным?
6. Можно ли говорить об общественном мнении города, поселка, трудового коллектива?
7. Расскажите о роли общественного мнения в ПР-деятельности.
8. Какие формы структурирования общественного мнения применительно к ПР-деятельности вы знаете?
9. Какие центры изучения общественного мнения вы знаете?
10. Какими способами формируется общественное мнение?
11. Какова зависимость между уровнем развития информированности , открытости общества и характером общественного мнения?
12. Можно ли управлять общественным мнением?

**Практическое задание.**

1. Проведите эксперимент: наблюдая за поведением вашей группы в ходе нескольких дней, выявите моменты, когда группа находится в состоянии «массы», когда она находится в состоянии «общественности»?
2. Законспектируйте труды классиков социальной психологии : Г.Лебон «Психология масс», С.Московичи «Наука о массах», Г.Блумер «Коллективное поведение». Напишите реферат на тему «Психология масс в меняющемся мире».

Темы фиксированных сообщений

История изучения общественного мнения (в мире, в России).

Общественное мнение и его стереотипы.

PR и проблемы глобализации (практика транснациональных кон­цернов

4. PR- методы в «социальных» кампаниях.

Задания для самопроверки

Назовите наиболее существенные признаки понятия «общественное мнение».

Составьте алгоритм операции по учету и формированию обществен­ного мнения.

Рассмотрите возможности целенаправленного формирования общест­венного мнения и роль органов власти в этом процессе.

**План занятия:**

1 Организационная часть: проверка посещаемости,

подготовка рабочего места и др.

2 Мотивация и цель занятия: что нового узнает в результате занятий, чему научится, как реализует полученные знания на практике

3 Проведение занятия:

- устный опрос по вопросам;

- зачитывание докладов;

- обсуждение кейс-задания;

- тестирование;

- проведение деловой игры «Роль общественности в принятии инвестиционного решения»

4 Подведение итогов:

- проверка письменных заданий (рефератов);

- оценка участия обучающегося в учебном процессе на семинарском занятии

5 Домашнее задание (самостоятельная работа):

- подготовить докладов по теме;

 - подготовить ответы на вопросы для обсуждения;

- изучить дополнительную литературу по теме.

**Практическое занятие №7**

**Тема «Стратегическое планирование деятельности как основа гармонизации отношений организации с общественностью»**

**Цели занятия:**

Образовательная: дать представление об миссии организации и планировании общественных отношений .

Развивающая: стимулировать потребность обучающегося к изучению оценки эффективности отношений организаций с общественностью.

**Темы для обсуждения:**

1. Определение миссии организации.
2. Программирование деятельности. Принципы выделения и описания целевых аудиторий.

3. Выбор средств взаимодействия. Оценка эффективности отношений с общественностью.

**Основные понятия**

Миссия организации, толпа, масса, общественность, стратегическое планирование, Минимальный стандарт качества, целевая аудитория, «своя общественность», презентация, пресс-конференция.

**Вопросы для повторения**

1. Что первично – стратегия или миссия?
2. Что такое миссия организации?
3. Чем отличается миссия от рекламного слогана?
4. Каковы требования к тексту миссии?
5. Кто должен формулировать миссию организации?
6. Всем ли организациям нужна миссия?
7. Назовите основные этапы стратегического планирования деятельности организации.
8. Каковы особенности планирования ПР-деятельности в организации?
9. Назовите основные стадии решения проблем в организации на основе применения ПР-технологий.
10. Какие характеристики определяют качество планирования ПР-деятельности?
11. Возможна ли оценка эффективности ПР-деятельности?
12. Какие существуют способы оценки эффективности ПР-деятельности?
13. Как вы определите количественные и качественные результаты ПР-деятельности?
14. Как можно оценить изменения в общественном мнении?
15. От чего зависят результаты ПР-деятельности?
16. Кем и когда приняты Минимальные стандарты оценки качества ПР? Изложите основные положения МСК.
17. Что означает в ПР понятие «своя общественность»?
18. Каковы принципы сегментирования внешней среды организации в ПР?
19. В чем различие понятий «целевая группа» и «целевая аудитория»? Почему в ПР предпочтительнее использовать второе понятие?
20. Каковы принципы выделения целевых аудиторий в ПР?
21. Без выделения каких целевых аудиторий невозможно осуществление ПР-деятельности?
22. Каков основной принцип взаимодействия с целевыми аудиториями в ПР?
23. Каковы особенности описания целевых аудиторий?
24. Какие неформальные сведения могут быть внесены в базу данных по целевой аудитории?
25. Как обеспечить практическую полезность базы данных для оперативной работы?
26. Как изучаются ожидания целевых аудиторий?
27. Чем определяется выбор средств взаимодействия с целевыми аудиториями?
28. Каковы основные средства взаимодействия с целевыми аудиториями?
29. Как производится оценка эффективности средств взаимодействия?
30. Чем отличается презентация от приема или пресс-конференции?
31. Каковы основные принципы успешности презентации?

**Задания для самостоятельной работы.**

1.Найдите в подшивке местной газеты отчет банка или крупной кампании с формулировкой миссии. Проанализируйте текст миссии с учетом существующих норм.

2.Цель ПР-проекта: обеспечив высокий уровень положительной известности университета, добиться увеличения конкурса при поступлении на его гуманитарные факультеты. Какие целевые аудитории для реализации данного проекта вы выделите? Обсудите варианты.

3.Цель ПР-проекта: повысив уровень известности и престижности частной стоматологической клиники, обеспечить увеличение количества солидных клиентов. Какими методами вы будете изучать ожидания целевых аудиторий? Какие средства взаимодействия с целевыми аудиториями вы изберете?

4.Побывайте на какой-либо презентации. Определите тип презентации. Проанализируйте плюсы и минусы ее организации. Ответьте на вопрос- достигнута ли цель, которую ставили организаторы?

**План занятия:**

1 Организационная часть: проверка посещаемости,

подготовка рабочего места и др.

2 Мотивация и цель занятия: что нового узнает в результате занятий, чему научится, как реализует полученные знания на практике

3 Проведение занятия:

- устный опрос по вопросам;

- зачитывание докладов;

- обсуждение кейс-задания;

- тестирование;

- выполнение заданий для самостоятельной работы

4 Подведение итогов:

- проверка письменных заданий (рефератов);

- оценка участия обучающегося в учебном процессе на семинарском занятии

5 Домашнее задание (самостоятельная работа):

- подготовить докладов по теме;

 - подготовить ответы на вопросы для обсуждения;

- изучить дополнительную литературу по теме.

**Практическое занятие №8 и №9**

**Тема «Коммуникации в организациях и ПР»**

**Цели занятия:**

Образовательная: дать представление о видах и характеристиках коммуникаций и особенностях планирования ПР деятельности в организациях.

Развивающая: стимулировать потребность обучающегося к изучению существующих схем развитой коммуникации, коммуникационного менеджмента в организации.

**Темы для обсуждения:**

1. Понятие коммуникации как процесса.
2. Виды и характеристики коммуникаций.
3. Схема развитой коммуникации.

4. Коммуникационный менеджмент в организации.

**Основные понятия**

Миссия организации, толпа, масса, общественность, стратегическое планирование, Минимальный стандарт качества, целевая аудитория, «своя общественность», презентация, пресс-конференция.

**Вопросы для повторения**

1. Что первично – стратегия или миссия?
2. Что такое миссия организации?
3. Чем отличается миссия от рекламного слогана?
4. Каковы требования к тексту миссии?
5. Кто должен формулировать миссию организации?
6. Всем ли организациям нужна миссия?
7. Назовите основные этапы стратегического планирования деятельности организации.
8. Каковы особенности планирования ПР-деятельности в организации?
9. Назовите основные стадии решения проблем в организации на основе применения ПР-технологий.
10. Какие характеристики определяют качество планирования ПР-деятельности?
11. Возможна ли оценка эффективности ПР-деятельности?
12. Какие существуют способы оценки эффективности ПР-деятельности?
13. Как вы определите количественные и качественные результаты ПР-деятельности?
14. Как можно оценить изменения в общественном мнении?
15. От чего зависят результаты ПР-деятельности?
16. Кем и когда приняты Минимальные стандарты оценки качества ПР? Изложите основные положения МСК.
17. Что означает в ПР понятие «своя общественность»?
18. Каковы принципы сегментирования внешней среды организации в ПР?
19. В чем различие понятий «целевая группа» и «целевая аудитория»? Почему в ПР предпочтительнее использовать второе понятие?
20. Каковы принципы выделения целевых аудиторий в ПР?
21. Без выделения каких целевых аудиторий невозможно осуществление ПР-деятельности?
22. Каков основной принцип взаимодействия с целевыми аудиториями в ПР?
23. Каковы особенности описания целевых аудиторий?
24. Какие неформальные сведения могут быть внесены в базу данных по целевой аудитории?
25. Как обеспечить практическую полезность базы данных для оперативной работы?
26. Как изучаются ожидания целевых аудиторий?
27. Чем определяется выбор средств взаимодействия с целевыми аудиториями?
28. Каковы основные средства взаимодействия с целевыми аудиториями?
29. Как производится оценка эффективности средств взаимодействия?
30. Чем отличается презентация от приема или пресс-конференции?
31. Каковы основные принципы успешности презентации?

**Задания для самостоятельной работы.**

1.Найдите в подшивке местной газеты отчет банка или крупной кампании с формулировкой миссии. Проанализируйте текст миссии с учетом существующих норм.

2.Цель ПР-проекта: обеспечив высокий уровень положительной известности университета, добиться увеличения конкурса при поступлении на его гуманитарные факультеты. Какие целевые аудитории для реализации данного проекта вы выделите? Обсудите варианты.

3.Цель ПР-проекта: повысив уровень известности и престижности частной стоматологической клиники, обеспечить увеличение количества солидных клиентов. Какими методами вы будете изучать ожидания целевых аудиторий? Какие средства взаимодействия с целевыми аудиториями вы изберете?

4.Побывайте на какой-либо презентации. Определите тип презентации. Проанализируйте плюсы и минусы ее организации. Ответьте на вопрос- достигнута ли цель, которую ставили организаторы?

**Практическое задание: (письменно)**

Проанализируйте коммуникационные потоки организации, с которой вы связаны (проходите практику и пр.). Определите, можно ли их признать удовлетворительными?

Разработайте комплекс средств коммуникаций, который необходим для эффективного осуществления связей с общественностью. Что необходимо изменить, чтобы предложенная вами система заработала?

**План занятия:**

1 Организационная часть: проверка посещаемости,

подготовка рабочего места и др.

2 Мотивация и цель занятия: что нового узнает в результате занятий, чему научится, как реализует полученные знания на практике

3 Проведение занятия:

- устный опрос по вопросам;

- зачитывание докладов;

- обсуждение кейс-задания;

- тестирование;

4 Подведение итогов:

- проверка письменных заданий (рефератов);

- оценка участия обучающегося в учебном процессе на семинарском занятии;

- выполнение самостоятельного и практического задания

5 Домашнее задание (самостоятельная работа):

- подготовить докладов по теме;

 - подготовить ответы на вопросы для обсуждения;

- изучить дополнительную литературу по теме.

**Практическое занятие №10 и №11**

**Тема «ПР и средства массовой информации»**

**Цели занятия:**

Образовательная: дать представление об использовании средств массовой информации в ПР деятельности.

Развивающая: стимулировать потребность обучающегося к изучению существующих условий, способов и приемов взаимодействия ПР деятельности со СМИ.

**Темы для обсуждения:**

1. Как обеспечить систему работы с журналистами.
2. Структура пресс-службы.
3. Особая роль пресс-секретаря.
4. Как провести пресс-конференцию (брифинг).

5. Основные жанры журналистики и ПР.

Основные понятия

Письменные, устные, визуальные средства PR-коммуникаций; меро­приятия для прессы, специальные акции с участием прессы; информацион­ный повод; пресс-конференция; брифинг; пресс-клуб; презентация; прием; «социальные» акции; массовые мероприятия; PR-тексты; информационные жанры: заметка, корреспонденция, отчет, интервью, репортаж; аналитиче­ские жанры: статья, версия, обзор событий, рецензия, мониторинг, рейтинг; художественно-публицистические жанры: очерк, фельетон, легенда, сатири­ческий комментарий.

**Вопросы для повторения.**

1.Что включает в себя понятие «система работы со СМИ в ПР»?

2.Назовите основные формы работы с журналистами, применяемые в ПР .

3.Каковы особенности формирования структуры пресс-службы в федеральных органах власти?

4.Назовите основные принципы формирования пресс-служб в органах власти.

5.Сравните структуру пресс-служб местных органов власти – исполнительной и законодательной.

6.Какова оптимальная структура пресс-службы? Обоснуйте свой вариант ответа.

7.Изучите сайт местной администрации. Расскажите, какие принципы деятельности пресс-службы реализованы в сайте .

8.У кого из советских руководителей высшего ранга впервые появился пресс-секретарь?

9. Сравните функции пресс-секретаря и журналиста. Укажите на сходство и различие.

10. Каждый ли журналист может быть квалифицированным пресс-секретарем?

11. Составьте примерный распорядок дня пресс-секретаря руководителя администрации города.

12. Почему одни пресс-секретари работают много лет на своем месте, а другие уходят с должности быстро и порой неожиданно?

13. Чем отличается пресс-конференция от брифинга?

14. Как определяется эффективность проведения пресс-конференции?

15. Как распределяются роли на пресс-конференции?

16. Какие существуют способы управления ходом пресс-конференции?

17. Каковы различия функций журналистики и ПР в информировании общественности через СМИ?

18. Какие жанры ПР-текстов вы знаете?

19. Можно ли направить пресс-релиз в администрацию города?

20. Каковы стилевые требования к написанию пресс-релиза?

**Задания для самостоятельной работы.**

1. Подготовьте пресс-релиз (информационный повод придумайте сами). Оформите его в соответствии с требованиями. Обоснуйте.

2.Проведите деловую игру «Пресс-конференция». Проанализируйте результаты.

3.Побывайте на пресс-конференции в какой-либо организации. Обсудите ее итоги. Проанализируйте, какие материалы появились в СМИ по итогам пресс-конференции. Обсудите причины полного (неполного) освещения пресс-конференции в СМИ.

Темы фиксированных сообщений

1. Публичные выступления и правила составления PR-текстов.
2. Функции СМК как «четвертой власти».
3. «Черный» PR, «грязный» PR.
4. Примеры эффективности и успешности PR.

Задания для самопроверки

1. Составьте развернутый план проведения пресс-конференции в обла­стной администрации в связи с конкретным событием.
2. Перечислите основные особенности PR-текстов и общие правила их подготовки.
3. Охарактеризуйте преимущества и недостатки печатных средств мас­совой информации.

**План занятия:**

1 Организационная часть: проверка посещаемости,

подготовка рабочего места и др.

2 Мотивация и цель занятия: что нового узнает в результате занятий, чему научится, как реализует полученные знания на практике

3 Проведение занятия:

- устный опрос по вопросам;

- зачитывание докладов;

- обсуждение кейс-задания;

- тестирование;

4 Подведение итогов:

- проверка письменных заданий (рефератов);

- оценка участия обучающегося в учебном процессе на семинарском занятии

- выполнение заданий для самостоятельной работы и самопроверки

5 Домашнее задание (самостоятельная работа):

- подготовить докладов по теме;

 - подготовить ответы на вопросы для обсуждения;

- изучить дополнительную литературу по теме.

**Практическое занятие №12**

**Тема «Структура ПР-фирмы, отдела ПР в организации»**

**Цели занятия:**

Образовательная: дать представление о структуре и организационных формах ПР организаций.

Развивающая: стимулировать потребность обучающегося к изучению типовых вариантов ПР организаций, отделов ПР в организациях.

**Темы для обсуждения:**

1. Необходимость формирования ПР-служб в российских органах власти.
2. Значение ПР- организаций в общественных отношениях.
3. Типовой вариант ПРфирмы (организации).

4. Отдел или служба ПР в организации.

**Вопросы для повторения**

1. Какие организационные формы имеет ПР-деятельность?
2. Какова предыстория появления первых ПР-фирм?
3. Как формируется структура ПР-фирмы?
4. Без какого подразделения ПР-фирма не сможет обойтись?
5. Какова схема типовой ПР-фирмы?
6. В чем преимущества работы с внешней фирмой для заказчика ПР-услуг?
7. Каковы минусы работы с внешней ПР-фирмой для организации?
8. По каким мотивам создаются ПР службы в организациях?
9. Каково значение статуса ПР-службы в организации?
10. В чем преимущества «своего» отдела ПР?
11. Каковы минусы «своего» отдела ПР?
12. Какие функции возлагаются на ПР-службу в организации?
13. Приведите примеры структур компаний, имеющих ПР-подразделение.
14. Каковы особенности ПР-служб в органах власти?
15. Характерные недостатки в формированию ПР-служб в российских органах власти.
16. Приведите пример структуры ПР-службы федерального ведомства.
17. Приведите пример структуры ПР-службы местного органа власти.

**Темы фиксированных сообщений**

1. Собственный специалист/ служба PR и внешнее консультирование: преимущества и недостатки.
2. PR-службы в крупных государственных структурах.
3. PR-подразделения в коммерческих организациях.
4. Пресс-служба Президента РФ-аналитический обзор.

**Задания для самостоятельной работы**

1. Выйдите на сайты двух министерств РФ. Найдите в их структуре подразделения ПР. Сравните их структуры, сделайте выводы.
2. Проанализируйте информационные выпуски РТР за неделю. Работу каких государственных ПР-структур вы можете отметить? Как вы ее оцениваете?

**Практическое задание**

1.Составьте структуру внутреннего подразделения по управлению общественными отношениями для выставочной фирмы, краевой администрации, продуктового магазина, профсоюза военнослужащих и НКО, работающей с детьми-инвалидами.

2. Составьте внутреннюю структуру ПР отдела для организаций: областная, городская, районная администрация; бизнес-структуры: (на выбор каждой подгруппы: угольные, химические, торговые, консалтинговые и т.п.) по следующей схеме:

Типовое положение о пресс-службе:

1. Общие положения (не менее 5 пунктов);

2. Основные задачи (не менее 7 пунктов);

3. Основные функции (не менее 10 пунктов);

4. Права и обязанности (не менее 10 пунктов);

5. Полномочия и ответственность (не менее 10 пунктов);

6. Организация деятельности (не менее 8 пунктов);

7. Особые положения (не менее 5 пунктов).

**План занятия:**

1 Организационная часть: проверка посещаемости,

подготовка рабочего места и др.

2 Мотивация и цель занятия: что нового узнает в результате занятий, чему научится, как реализует полученные знания на практике

3 Проведение занятия:

- устный опрос по вопросам;

- зачитывание докладов;

- обсуждение кейс-задания;

- тестирование;

4 Подведение итогов:

- проверка письменных заданий (рефератов);

- оценка участия обучающегося в учебном процессе на семинарском занятии

5 Домашнее задание (самостоятельная работа):

- подготовить докладов по теме;

 - подготовить ответы на вопросы для обсуждения;

- изучить дополнительную литературу по теме.

**Практическое занятие №13 и №14**

**Тема «ПР в бизнесе и политике»**

**Цели занятия:**

Образовательная: дать представление об использовании общественных отношений в бизнесе и политике.

Развивающая: стимулировать потребность обучающегося к изучению приемов, способов и методов организации ПР деятельности в бизнес-структурах и политической сфере.

**Темы для обсуждения:**

1. Социальная ответственность бизнеса и ПР.
2. Имидж компании (фирмы) как ключевое понятие ПР.
3. Как организовать и провести презентацию.
4. ПP-технологии в избирательных кампаниях.
5. Цивилизованное лоббирование.

 6. Проблемы имиджа страны.

Основные понятия

Государство как коммуникатор, имидж органа государственной власти, государственные коммуникации, информационный дисбаланс.

**Вопросы для повторения:**

1. Когда и в силу каких причин формируется философия социально ответственного бизнеса?
2. Что означает социальная ответственность бизнеса?
3. Каковы особенности российской корпоративной ответственности?
4. Какова роль ПР в реализации принципов социальной ответственности бизнеса?
5. В чем различие между рекламой и ПР в бизнесе?
6. Какова специфика ПР в избирательных кампаниях?
7. В чем особенности управления избирательной кампанией?
8. Можно ли победить на выборах без использования «черных технологий»?
9. Что такое имидж политика и как он создается?
10. Какова роль специальных акций в избирательных кампаниях ?
11. Всегда ли целью участия в выборах должна быть победа? Расскажите о мотивации участия в выборах.
12. Существует ли государственная программа по укреплению имиджа России в международном сообществе?
13. Что такое цивилизованное лоббирование?
14. Какова история законодательства по цивилизованному лоббированию в разных странах (США, Россия)?
15. Как формируется имидж страны в мировом общественном мнении?
16. Имидж каких стран , на ваш взгляд, продвигается особенно успешно?
17. Каковы составляющие имиджа России?
18. Считаете ли вы имидж России в мировом сообществе адекватным реальному?
19. Что, по-вашему, необходимо сделать для укрепления имиджа России?

**Задания для самостоятельной работы.**

1. Проанализируйте деятельность известной в вашем регионе крупной фирмы. Можно ли отнести данную фирму к социально ответственному бизнесу? Обоснуйте ваш ответ.
2. Какие примеры спонсорской политики, применяемой российским бизнесом, вы можете назвать?
3. Возьмите подшивку газеты «Коммерсантъ» за один месяц. Какие примеры социальной ответственности бизнеса вы встретили? Если их оказалось мало – объясните, почему.
4. Изучите итоги последних выборов в органы власти (федеральные или региональные). Какие ПР-технологии , на ваш взгляд, были наиболее результативны и почему?
5. Проанализируйте причины проигрыша ранее популярного политика. Какие ошибки в продвижении его имиджа вы можете назвать?
6. Проанализируйте информационные выпуски телеканалов за месяц. На ваш взгляд, деятельность каких федеральных органов власти ( министерств, ведомств в том числе) наиболее обеспечена ПР-поддержкой?
7. Многих студентов волнует проблема льгот на проезд в муниципальном транспорте. Это вопрос , решаемый на уровне местной власти. Приведите примерную схему цивилизованного лоббирования для решения этой проблемы.

**Темы фиксированных сообщений**

1. Особенности, цели и задачи PR в бизнесе.
2. Фирменный стиль и корпоративный имидж.

Задания для самопроверки

Назовите основные различия целей и условий деятельности PR служб в бизнесе и политике.

**Выполните следующие практические задания:**

а) Предложите сценарий изменения имиджа российских бизнесменов в глазах общественности. В качестве примера могут быть использованы известные имена как российских, так и областных бизнесменов и предпринимателей.

в) На примере любой крупной бизнес-организации проанализируйте ее взаимодействие с администрацией Краснодарского края по реализации совместных программ.

б) Разбейтесь на две подгруппы. Одна разрабатывает аргументы в пользу того, что в России целесообразно и нормально использовать «черный» ПР, в силу сложившейся деловой практики. Вторая выдвигает аргументы в пользу точки зрения, согласно которой «черный» ПР это не только неэтично, но и неэффективно. (данное задание можно выполнять как на занятиях, так и внеаудиторно).

в) Разработайте программу лоббирования интересов студентов в Краевом Совете народных депутатов Краснодарского края (проезд на транспорте, льготные кредиты, студенческая семья и др.)

**План занятия:**

1 Организационная часть: проверка посещаемости,

подготовка рабочего места и др.

2 Мотивация и цель занятия: что нового узнает в результате занятий, чему научится, как реализует полученные знания на практике

3 Проведение занятия:

- устный опрос по вопросам;

- зачитывание докладов;

- обсуждение кейс-задания;

- тестирование;

4 Подведение итогов:

* проверка письменных заданий (рефератов);
* выполнение самостоятельной работы;
* выполнение практического задания и задания для самопроверки

- оценка участия обучающегося в учебном процессе на семинарском занятии

5 Домашнее задание (самостоятельная работа):

- подготовить докладов по теме;

 - подготовить ответы на вопросы для обсуждения;

- изучить дополнительную литературу по теме.

**Практическое занятие №15 и №16**

**Тема «Развитие отношений с общественностью в органах власти»**

**Цели занятия:**

Образовательная: дать представление об использовании общественных отношений в органах власти на разных уровнях.

Развивающая: стимулировать потребность обучающегося к изучению существующих условий и способов использования ПР в органах власти.

**Темы для обсуждения:**

1. ПР и органы власти.
2. ПР-службы в органах власти: функции, структура.
3. Бюджетный процесс как проблема власти, СМИ и общественности.

4. Власть- население: формы работы, обратная связь.

Основные понятия

Государство как коммуникатор, имидж органа государственной власти, государственные коммуникации, информационный дисбаланс.

**Вопросы для повторения:**

1. Относятся ли правительственные ПР к политике?
2. История правительственных ПР : зарождение, первые примеры.
3. Что вы знаете о роли ПР в деятельности правительства РФ под руководством Е.Гайдара и Д. Медведева?
4. Что характерно для ПР-службы президента В.В.Путина?
5. В чем различия функций ПР органов государственной власти и органов местного самоуправления?
6. Расскажите об истории появления пресс-служб в органах власти.
7. Когда в России появились первые государственные пресс-службы?
8. Кто из пресс-секретарей российских президентов был отмечен национальной премией «Серебряный лучник»?
9. Какие подразделения входят в структуру ПР-службы органа власти?
10. Какие функции выполняют ПР-службы органов власти?
11. Расскажите о функциях и структуре ПР-службы федерального ведомства.
12. Как вы понимаете прозрачность бюджетного процесса? Какое отношение имеет это понятие к ПР?
13. Готовы ли российские органы власти к прозрачности бюджетных процессов?

 14. Во всех ли сельских районах вашей области есть пресс-службы администрации?

1. Как формируется кадровый состав пресс-служб органов власти?
2. Какие виды массовых кампаний вы знаете?
3. Как вы оцениваете эффективность применения технологий ПР в государственных органах социальной защиты? Что можно изменить и как?
4. Расскажите о формах взаимодействия органов власти и НКО с позиций ПР-деятельности.

**Задания для самостоятельной работы.**

1.Проанализируйте местные СМИ и расскажите о том, как представлена деятельность пресс-служб губернатора и мэра на страницах прессы.

2.Побывайте на пресс-конференции в администрации области или города. Проанализируйте ее организацию и степень эффективности.

3. Изучите освещение в местных СМИ процесс обсуждения и принятия бюджета территории. Как вы оцениваете степень его прозрачности? Что бы вы предложили?

Темы фиксированных сообщений

* + 1. PR - технологии на выборах.
		2. Имидж и миф. Технологии построения имиджа органа власти.
		3. Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах власти.

Задания для самопроверки

1. Составьте перечень основных направлений деятельности служб по связям с общественностью в городской (областной) администрации.
2. Выделите особенности методов работы PR-служб в органах вла­сти с политическими и общественными организациями

**План занятия:**

1 Организационная часть: проверка посещаемости,

подготовка рабочего места и др.

2 Мотивация и цель занятия: что нового узнает в результате занятий, чему научится, как реализует полученные знания на практике

3 Проведение занятия:

- устный опрос по вопросам;

- зачитывание докладов;

- обсуждение кейс-задания;

- тестирование;

- выполнение самостоятельной работы

4 Подведение итогов:

- проверка письменных заданий (рефератов);

- оценка участия обучающегося в учебном процессе на семинарском занятии

5 Домашнее задание (самостоятельная работа):

- подготовить докладов по теме;

 - подготовить ответы на вопросы для обсуждения;

- изучить дополнительную литературу по теме.

**СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**Основная**

1. Булатова С.Н. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Булатова С.Н.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2012.— 80 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/22113.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Мамедова Н.А. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Мамедова Н.А., Кривова Т.А.— Электрон. Текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2011.— 92 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10882.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8972.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
4. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 159 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8976.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**Дополнительная**

1. Герасимов В.М. Общественное мнение. Ценности и оценки электорального поведения [Электронный ресурс]/ Герасимов В.М., Иваненко К.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 218 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/31701.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Информация и общественное мнение [Электронный ресурс]: от репортажа в СМИ к реальным переменам/ Ислам Румин [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 296 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/43619.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Мамина Р.И. Деловой этикет в системе имиджа [Электронный ресурс]: философско-культурологический анализ/ Мамина Р.И.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Петрополис, 2012.— 232 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/20314.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
4. Шашкова О.В. Комментарий к Федеральному закону от 19 мая 1995 г. № 82-ФЗ «Об общественных объединениях» (2-е издание переработанное и дополненное) [Электронный ресурс]/ Шашкова О.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2014.— 213 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21712.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
5. Юдина А.Б. Комментарий к Федеральному закону от 11.07.2001 г. № 95-ФЗ «О политических партиях» (3-е издание переработанное и дополненное) [Электронный ресурс]/ Юдина А.Б.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 261 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21127.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
6. Яскевич Я.С. Обществоведение [Электронный ресурс]: полный курс подготовки к тестированию и экзамену/ Яскевич Я.С.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014.— 496 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/28158.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

ОГЛАВЛЕНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Цель и задачи освоения дисциплины | 3 |
| Требования к формируемым компетенциям | 6 |
| 1 Содержание дисциплины | 7 |
| 1.1 Содержание лекций | 7 |
| 1.2 Семинарские занятия | 11 |
| Семинарское занятие №1  | 14 |
| Семинарские занятия №2 и №3  | 17 |
| Семинарское занятие №4 | 21 |
| Семинарские занятия №5 и №6 | 24 |
| Семинарское занятие №7 | 27 |
| Семинарские занятия №8 и №9  | 31 |
| Семинарские занятия №10и №11 | 35 |
| Семинарское занятие №12 | 39 |
| Семинарские занятия №13 и №14  | 42 |
| Семинарские занятия №15и №16 | 47 |
| Список рекомендуемой литературы  | 51 |

**УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ**

*Методические рекомендации*

*Составитель:* **Кобцева** Ольга Николаевна

Подписано в печать \_\_.\_\_.2016. Формат 60 х 84 1/16 .

Усл. печ. л. \_\_\_. Уч.-изд. л. \_\_\_.

Тираж 50 экз. Заказ №

Типография Кубанского государственного аграрного университета.

350044, г. Краснодар, ул. Калинина, 13