

+

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Вологодский государственный университет»
(ВоГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 А.Н. Тритенко

« 20 » 10 2014 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление общественными отношениями

Направление подготовки: 13.03.02 – Электроэнергетика и электротехника

Профиль подготовки: Электроснабжение

Квалификация (степень) выпускника: прикладной бакалавр

Форма обучения: очная

Факультет: электроэнергетический

Кафедра: социально-культурного сервиса и туризма

Вологда
2014

Составитель рабочей программы

канд. филол. наук, доцент кафедры СКС и Т



Н.Д. Серeda

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры СКС и Т

Протокол заседания № 2 от «10» октября 2014 г.

Заведующий кафедрой

«10» октября 2014 г.



Л.Ф. Гостева

Рабочая программа одобрена методическим советом гуманитарного факультета.

Протокол заседания № 2 от «16 » октября 2014 г.

Председатель методического совета

«17» 10 2014 г.

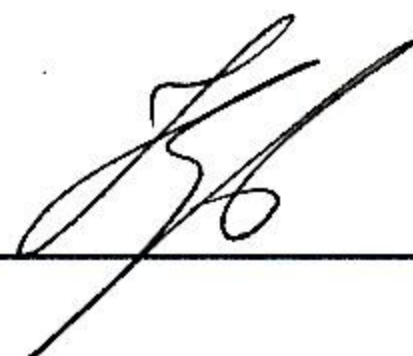


В.Н. Асташов

СОГЛАСОВАНО:

Зав.кафедрой Электроснабжения

« » 2014г.



Н.Д. Поздеев

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса – формирование у студентов представления об управлении общественными отношениями (связи с общественностью / СО / ПР / паблик рилейшнз) как деятельности, регулирующей общественные процессы, как технологии управления общественными отношениями, как средства, воздействующего в экономических, социальных, политических кризисных ситуациях.

Задачи курса:

- формирование научного подхода к пониманию сущности, функций и закономерностей современных общественных отношений, представления о технологиях формирования общественных отношений и управления ими;
- освоение содержания управления общественными отношениями как социального института и сущности ПР-технологий для управления общественными отношениями;
- выработка умений и навыков использования ПР-технологий в сфере общественных отношений вообще и в экономической сфере общества, в частности.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Дисциплина относится к блоку дисциплины (модули) ООП ВПО, (дисциплина по выбору), изучается в 3 семестре.

Для освоения данной дисциплины как последующей необходимо изучение следующих дисциплин и частей ООП: русский язык и культура речи, философия, история, культурология, социология.

Формируются требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

знать основные положения и методы управленческих и социальных наук, организационные основы сферы менеджмента;

уметь: разрабатывать и составлять финансовую отчетность;

владеть: коммуникативными навыками общения и профессиональной этикой, способами установления контактов и поддержания взаимодействия для успешной деятельности, методами определения типа личности и темперамента, преодоления конфликтов.

Освоение данной дисциплины как предшествующей необходимо при изучении следующих дисциплин и практик: философия техники, правоведение, история техники, компьютерные технологии.

3. КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ / ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины студент должен

- **знать** способы осуществления своей деятельности в различных сферах общественной жизни с учетом принятых в современном обществе моральных и правовых норм (ОК-5,6);
- **уметь** научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, готовность использовать на практике методы гуманитарных, социальных и экономических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности (ОК-5,6);
- **владеть** способностью и готовностью понимать движущие силы и закономерности исторического процесса и определять место человека в историческом процессе, политической организации общества, анализировать политические события и тенденции, ответственно участвовать в политической жизни (ОК-5,6).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 часа), в том числе в семестрах:

Семестр №	Трудоемкость					РПР, курсовая работа, курсовой проект	Форма промежуточной аттестации
	Всего		Аудиторная	СРС	Экз.		
	ЗЕТ	час.					
3	2	72	32: 16 – лекции; 16 – практич. занятия	40	-	-	зачет

Распределение результатов обучения и компетенций по семестрам, темам учебной дисциплины с указанием видов учебной деятельности и их содержания, образовательных технологий, последовательности учебных недель, трудоемкости, форм текущего контроля и промежуточных аттестаций представлено в соответствующей таблице.

№ п/п	Результаты обучения	Семестр, раздел / тема. Виды учебной деятельности. Краткое содержание	Образова- тельные технологии	Неделя	Трудо- емкость, час	Форма текущего контроля
1	2	3	4	5	6	7
3 семестр						
1	Раздел / тема 1: Управление общественными отношениями: предмет, функции, уровни, история, цели деятельности.					
	Знать подходы к определению управления общественными отношениями; уметь определять предмет, функции и цели ПР; владеть терминологией дисциплины.	Лекция 1: Подходы к определению управления общественными отношениями (СО, ПР). Институт ПР, его возникновение и развитие. ПротоПР: причины появления, функции, содержание. ПР в информационном обществе. Глобализация ПР как профессиональной системы. Предмет, функции и цели ПР. Уровни Управление общественными отношениями. Базовые и технологические субъекты Управление общественными отношениями: особенности выявления.	мультимедийный материал	1	2	проверка конспектов лекции
		СРС: изучение материала лекции 1.	-		2	-
	Знать историю управления общественными отношениями, особенности их возникновения как социальной практики; уметь определять предмет, функции и цели ПР; владеть терминологией дисциплины.	Практическое занятие / семинар 1: ПротоПР: управление общественными отношениями в период древнейших цивилизаций; управление общественными отношениями в период Средних веков; возникновение управления общественными отношениями в XIX – начале XX века. Зарождение профессии ПР в США. Распространение ПР в Европе. Возникновение управления общественными отношениями в России как профессиональной деятельности.	работа в группах, дискуссия	1	2	фронтальный и индивидуальный опрос, обсуждение
		СРС: подготовка к семинару на основе изучения материала лекции и учебной литературы: анализ источников и литературы, составление конспектов ответов, составление тезауруса.	-		2	-
2	Раздел / тема 2: Информационные процессы в обществе и управлении.					
	Знать содержание информационных процессов в обществе; уметь организовывать информац. кампании; владеть терминологией дисциплины.	Лекция 2: Понятия «информация» и «управление». Информация как стратегический ресурс управления. Теории информационного общества. Информационные процессы и информационные технологии. Принципы планирования информационных кампаний. Изучение информационных потребностей населения. Средства удовлетворения потребностей населения в информации.	мультимедийный материал	2	2	проверка конспектов лекции
		СРС: изучение материала лекции 2.	-		2	-
	Знать разновидности коммуникаций; уметь определять массовую коммуникацию как	Практическое занятие / семинар 2: Массовая коммуникация как социально ориентированный вид общения: разновидности коммуникаций; массовая коммуникация как общение социальных групп; социально-психологические основы массовой коммуникации и уровни психологического воздействия; массовая коммуникация	работа в группах, дискуссия	3	2	фронтальный и индивидуальный опрос, обсуждение

	социальный институт, проводить социологические исследования массовой коммуникации; владеть терминологией дисциплины.	как социальный институт: характеристика системы массовой коммуникации; функции и роль средств массовой коммуникации; массовая коммуникация и социальный контроль; социологические исследования массовой коммуникации.				
		СРС: подготовка к семинару на основе изучения материала лекции и учебной литературы: анализ источников и литературы, составление конспектов ответов, составление тезауруса.	-		2	-
Раздел / тема 3: Коммуникация как процесс. Теории коммуникации, значимые для управления общественными отношениями.						
3	Знать современные теории коммуникации, значимые для Управление общественными отношениями; уметь определять особенности разных видов коммуникации, формы и элементы коммуникационного процесса, анализировать эффективность внутриорганизационной коммуникации; владеть терминологией дисциплины.	Лекции 3: Определение коммуникации. Современные теории коммуникации. Теория сетей. Теория диффузий. Ситуационная теория общественности Д. Грюнига и Т. Ханта. Колесо управления общественными отношениями Д. Бернштейна. Основные виды коммуникации. Особенности межличностной, специализированной (деловой) и массовой коммуникации. Организация, коммуникация и мотивация – основа деятельности организации. ПР как особый вид коммуникативной политики в организациях. Устная, печатная, аудиовизуальная формы коммуникации. Формы вербальной / невербальной коммуникации. Коммуникативный процесс: структура, функции. Коммуникатор: индивидуальный и институциональный аспекты деятельности. Эффективность и критерии внутриорганизационной коммуникации. Методы информирования, убеждения, внушения. Моделирование коммуникативного пространства.	мультимедийный материал	4	2	проверка конспектов лекции
		СРС: изучение материала лекций 3.	-		2	-
	Знать элементы процесса коммуникации, содержание моделей массовой коммуникации; уметь определять ПР как внеценовую конкуренцию, формирующую публичный капитал; владеть терминологией дисциплины.	Практические занятия / семинары 3: Процесс коммуникации: особенности и структура. Социологические и психологические модели массовой коммуникации: двухступенчатая модель коммуникации; «спираль молчания»; диффузная теория; модель «привратника»; другие. Семиотические модели коммуникации: модель Р.О. Якобсона; модель Ю. Лотмана; модель У. Эко; другие. Модели ПР Д. Грюнига и Т. Ханта: критерии выделения этапов, логика развития, характерные черты, сферы использования. Модели иерархии результатов: модель AIDA и другие варианты данной модели; модель TFD и другие варианты данной модели; модель FCB; модель доменов. 4P» маркетинга и ПР. ПР как внеценовая конкуренция. Понятие публичного капитала.	доклады / сообщения	4	2	фронтальный и индивидуальный опрос, обсуждение
		СРС: подготовка к семинарам на основе изучения материала лекции и учебной литературы: анализ источников и литературы, составление конспектов ответов, составление тезауруса.	-		2	-

Раздел / тема 4: Правовые и этические основы управления общественными отношениями.						
4	Знать определение информации как объекта права; уметь организовывать Управление общественными отношениями с учетом правовых и этических норм, регулирующих Управление общественными отношениями; владеть терминологией дисциплины.	Лекция 4:. Информация как объект права. Организация и деятельность ПР как предмет правового регулирования. Особенности правоотношений в области массовой информации. Цензура и свобода массовой информации. Прямая и косвенная цензура. Понятие «свобода массовой информации», ее пределы и гражданская ответственность журналистов. Соотношение понятий «гласность» и «свобода информации». Проблемы монополизации и концентрации СМИ, формирование современных медиа-холдингов, их влияние на политические процессы, и государственное управление России. Правовой статус специалиста по управлению общественными отношениями и журналиста в системе права массовой информации. Проблемы правового регулирования информационной деятельности в СМИ. Общественный контроль деятельности пресс-служб законодательной и исполнительной ветвей власти. Соотношение закона и морали в деятельности специалистов по управлению общественными отношениями. Этические нормы и кодексы профессиональной чести. Международные, региональные и национальные кодексы профессиональной этики. Современные международные и национальные ПР-ассоциации. Кодексы профессионального поведения.	мультимедийный материал	5	2	проверка конспектов лекции
		СРС: изучение материала лекции 4.	-		2	-
	Знать международные правовые документы в сфере ПР и международные кодексы Управление общественными отношениями; уметь определять информационную политику Российской Федерации; владеть терминологией дисциплины.	Практическое занятие / семинар 4: Международные правовые документы в сфере ПР, кодексы профессионального поведения. Информационная деятельность ПР и правовые гарантии свободы мысли и слова в Конституции Российской Федерации. Информационная политика в Российской Федерации. Правовая защита граждан от недоброкачественной информации. Международные кодексы деятельности специалистов ПР. Проблемы распространения информации ПР-специалистами. Декларация принципов Российской ассоциации по управлению общественными отношениями.	работа в группах, дискуссия	6	2	фронтальный и индивидуальный опрос, обсуждение
		СРС: подготовка к семинару на основе изучения материала лекции и учебной литературы: анализ источников и литературы, составление конспектов ответов, составление тезауруса.	-		2	-
Раздел / тема 5: Общественность и общественное мнение в системе управления общественными отношениями.						
5	Знать типологию общественности, типологию общественного мнения,	Лекции 5: Понятие и типологии общественности. Социальные группы, аудитория, публика. Типология целевых аудиторий. Понятие и типологии общественного мнения. Подходы и концепции в анализе общественного мнения. Общественное мнение как	мультимедийный материал	7	2	проверка конспектов лекции

	его структуру и функции; уметь определять роль ПР в формировании общественного настроения, способы борьбы с его манипулированием, методы исследования общественного мнения; владеть терминологией дисциплины.	специфический социальный институт, его место и роль в системе общественных отношений. Целевые и приоритетные группы общественности, учет их интересов, потребностей и мнений. Структура общественного мнения. Объект и субъект общественного мнения. Функции общественного мнения в современном обществе. Стереотипы в общественном мнении. Роль СМИ и ПР в формировании общественного настроения. Приемы формирования общественного мнения и способы борьбы с его манипулированием. Методы исследования общественного мнения: выборка, рейтинговая шкала, социологические опросы, групповое интервью, фокус-группа. Технологии воздействия на общественное мнение.				
		СРС: изучение материала лекций 5.	-		2	-
	Знать понятие общественности, различные подходы к ее определению, типологию общественности, а также определение общественного мнения, его сущность, разновидности, структуру, функции; уметь находить содержание функционирования и формирования общественного мнения; владеть терминологией дисциплины.	Практические занятия / семинары 5: Понятие общественности, целевых аудиторий, приоритетных групп общественности. Подходы к определению общественности: ситуативный, психографический, др. Типологии общественности (разных авторов). Целевые аудитории и приоритетные группы общественности, учет их интересов, потребностей и мнений. Толпа – масса – общественность. «Лидеры мнений» и «группы интересов». Общественное мнение: понятие, сущность, основные разновидности, структура, функции, закономерности. Функционирование и формирование общественного мнения и управление им: функции общественного мнения; формирование общественного мнения и управление им. Средства и технологии воздействия на общественное мнение: Подходы и концепции анализа общественного мнения. Источники исследования общественного мнения: разработка программы исследования; информированность населения относительно проводимых мероприятий и отношение к ним; местные СМК как источник информации; отношение населения к СМК как каналу выражения общественного мнения; документы местных органов власти и управления как канал трансмиссии информации, поступающей от населения; личные контакты населения с работниками местных органов власти как канал выражения общественного мнения и реакция на эти контакты администрации.	деловая игра: «Моделирование группы общественности и выбор технологий для взаимодействия»	8	2	включенное наблюдение / анализ
		СРС: подготовка к семинарам на основе изучения материала лекции и учебной литературы: анализ источников и литературы, составление конспектов ответов, составление тезауруса.	-		2	-
6	Раздел / тема 6: Управление общественными отношениями в политической сфере.					
	Знать содержание, особенности и основные	Лекция 6: Основные направления деятельности управления общественными отношениями в политической сфере. Аспекты	мультимедийный материал	9	2	проверка конспектов лекции

	направления управления общественными отношениями в политической сфере; уметь определять ПР-субъекты и ПР-объекты в политич. процессе; владеть терминологией дисциплины.	взаимодействия властных структур с общественностью. ПР-субъект и ПР-объект в политическом процессе. Взаимосвязи в системных субъектах: политик – гражданин, депутат – избиратель. Федеральные и муниципальные информационные структуры. Политический консалтинг. Методы антикризисного управления в политике: коммуникативный, социально-психологический, организационный. Пресс-службы и аналитические центры политических партий и общественных организаций. Лоббизм как социальная практика. Лоббирование в политике: содержание деятельности и методы воздействия. Избирательный процесс.				
		СРС: изучение материала лекции 6.	-		2	-
	Знать содержание ПР-обеспечения политических институтов; уметь определять параметры Управление общественными отношениями в избирательной кампании; владеть терминологией дисциплины.	Практическое занятие / семинар 6: ПР-обеспечение политических институтов: понятие и виды легитимности власти и нормы политической коммуникации как глобальные ориентиры для формирования ПР-посланий; ПР-методы повышения уровня легитимности. Управление общественными отношениями в избирательной кампании: исследовательский этап избирательной кампании; планирование кампании: концепция, рабочий план, последовательность этапов, создание программы; реализация программы; подведение итогов избирательной кампании, оценка эффективности.	работа в группах, дискуссия	10	2	фронтальный и индивидуальный опрос, обсуждение
		СРС: подготовка к семинару на основе изучения материала лекции и учебной литературы: анализ источников и литературы, составление конспектов ответов, составление тезауруса.	-		2	-
7	Раздел / тема 7: Управление общественными отношениями в экономической сфере.					
	Знать содержание, основные направления и особенности управления общественными отношениями в экономической сфере; уметь определять ПР как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем; владеть терминологией дисциплины.	Лекция 7: Понятия «бизнес», «предпринимательство». Особенности Управление общественными отношениями в бизнес-сфере. Организация управления общественными отношениями в сфере финансов. ПР и маркетинг: общие черты и различия. Социальная ответственность бизнеса и принципы его взаимодействия с государством и гражданским обществом. Корпоративная и коммерческая реклама. Паблицити и мерчандайзинг. Служба управления общественными отношениями в бизнес-сфере: цели, содержание деятельности, функции. ПР как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем. Роль ПР в укреплении социального партнерства. Трипартизм. Организация, планирование, бюджет и проведение ПР-кампании в сфере бизнеса. Сегментация потребителей и выбор целевого рынка. Спонсорство, патронаж, меценатство, благотворительность.	мультимедийный материал	11	2	проверка конспектов лекции
		СРС: изучение материала лекции 7.	-		2	-

	Знать особенности организации управления общественными отношениями между предпринимателями; уметь организовывать процесс лоббирования; владеть терминологией дисциплины.	Практическое занятие / семинар 7: Организация управления общественными отношениями между предпринимателями: отношения предпринимателей как объект работы по управлению общественными отношениями; правовое обеспечение деятельности предпринимательских организаций; формы корпоративных отношений предпринимателей; особенности процесса привлечения инвестиций; лоббирование корпоративных интересов предпринимателей, формы и правила организации лоббирования; благотворительность предпринимателей как инструмент формирования общественного мнения. Связи с потребителями в сфере общественных отношений: роль и место отношений с потребителями в системе управления общественными отношениями; правовая регламентация отношений с потребителями; ответственность изготовителей, исполнителей и продавцов за нарушение прав потребителей; общественные объединения потребителей и органы местного самоуправления в системе управления общественными отношениями.	работа в группах, дискуссия	12	2	фронтальный и индивидуальный опрос, обсуждение
		СРС: подготовка к семинару на основе изучения материала лекции и учебной литературы: анализ источников и литературы, составление конспектов ответов, составление тезауруса.			2	
8	Раздел / тема 8: Управление общественными отношениями в социальной сфере.					
	Знать организации «третьего сектора» и принципы их функционирования, типы некоммерческих организаций в соответствии с направлениями их деятельности; уметь организовывать социальный менеджмент; владеть терминологией дисциплины.	Лекция 8: Понятие организаций «третьего сектора» и принципы их функционирования. Этапы развития НКО и нормативные акты, регламентирующие их деятельность. Типы НКО в соответствии с направлениями их деятельности. Функции ПР в организациях третьего сектора. Причины, которые делают управление общественными отношениями необходимой частью деятельности некоммерческих организаций: общественно-социальные; коммуникационные; информационные. Социальный менеджмент и функции специалиста по управлению общественными отношениями в организациях третьего сектора. Понятие социального менеджмента и его роль во внутренней политике НКО. ПР организаций «третьего сектора» в структурах власти. Значение и методы работы со структурами власти. Социальный заказ. ПР организаций третьего сектора в СМИ. Массовая акция как инструмент ПР организаций «третьего сектора». Работа специалиста ПР с волонтерами. Налаживание взаимодействия с политическими организациями.	мультимедийный материал	13	2	проверка конспектов лекции
		СРС: изучение материала лекции 8.	-		2	-
	Знать содержание, формы и принципы	Практическое занятие / семинар 8: Некоммерческие организации («третий сектор»): понятие, типы, принципы функционирования,	работа в группах, дискуссия	14	4	фронтальный и индивидуальный

	организации управления общественными отношениями в «третьем секторе»; уметь организовывать управление общественными отношениями в «третьем секторе»; владеть терминологией дисциплины.	регламентация деятельности. Использование ПР в общественных организациях. Функции ПР в организациях третьего сектора. Социальный менеджмент и функции специалиста по управлению общественными отношениями в НКО. ПР некоммерческих организаций в структурах власти. ПР некоммерческих организаций в СМИ. Массовая акция как инструмент некоммерческих организаций. Работа ПР-специалиста с волонтерами. Поиск средств и возможностей. Фандрайзинг и спонсоринг.				опрос, обсуждение
		СРС: подготовка к семинару на основе изучения материала лекции и учебной литературы: анализ источников и литературы, составление конспектов ответов, составление тезауруса.	-		2	-
Раздел / тема 9: Коммуникация и социальный контроль. ПР-технологии в кризисных ситуациях.						
9	Знать особенности деловой коммуникации в различных социальных группах; уметь определять ПР-технологии, нужные для разрешения кризисной ситуации; владеть терминологией дисциплины.	Лекция 9: Роль деловой коммуникации в социализации личности и карьерном росте. Особенности деловой коммуникации в различных социальных группах. Информационное обеспечение деятельности основных институтов общества, государственных и муниципальных органов управления. Массовая коммуникация и коммуникация в малых группах. Формирование деловой репутации и управление ею. Коммуникация в ситуации конфликта и организационных изменений. Анализ и прогноз информационных угроз. Приемы противодействия недобросовестной информационной конкуренции в рекламе, отражение информационных атак.	мультимедийный материал	15	2	проверка конспектов лекции
		СРС: изучение материала лекции 9.	-		4	-
	Знать проблематику кризисных ситуаций и антикризисного ПР (кризис-менеджмента); уметь определять нужные ПР-технологии для разрешения кризисных ситуаций; владеть терминологией дисциплины.	Практическое занятие / семинар 9: Проблематика кризиса: понятие кризиса и кризисного процесса; типология кризисов; причины возникновения кризисных ситуаций. Кризис-менеджмент как направление деятельности с сфере общественных отношений. Технологии ПР-деятельности в управлении кризисом: прогнозирование кризисных ситуаций; антикризисное планирование; кризисные тренинги; действия в кризисной ситуации; коммуникационный менеджмент в условиях кризиса; посткризисное реагирование; организационно-правовое обеспечение служб информационной безопасности.	работа в группах, дискуссия	16	2	фронтальный и индивидуальный опрос, обсуждение
		СРС: подготовка к семинару на основе изучения материала лекции и учебной литературы: анализ источников и литературы, составление конспектов ответов, составление тезауруса.	-		4	-
ИТОГО		Общий объем дисциплины			144	
в том числе:		Аудиторная нагрузка			36	
		СРС			40	
		Подготовка к промежуточной аттестации, аттестация			-	зачет

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Разделы / темы, перечень контрольных вопросов для проведения текущего контроля и / или промежуточной аттестации

№ п/п	Раздел / тема, контрольные вопросы
1	2
Раздел / тема 1: Управление общественными отношениями: предмет, функции, уровни, история, цели деятельности.	
1. Возникновение и развитие института управления общественными отношениями / управления общественными отношениями. 2. Проблема определения управления общественными отношениями. 3. Возникновение и развитие PR / протоPR. 4. Развитие управления общественными отношениями и распространение практики управления общественными связями и отношениями в России. 5. Предмет, основные функции и цели общественных отношений. 6. Современные международные и национальные PR-ассоциации и кодексы профессионального поведения как регуляторы деятельности в сфере PR. 7. Основные предпосылки развития управления общественными отношениями в постиндустриальном (информационном) обществе. 8. Глобализация PR как профессиональной системы и глобальных международных PR-сетей.	
Раздел / тема 2: Информационные процессы в обществе и управлении.	
1. Информация как стратегический ресурс государственного управления. 2. Содержание и специфика информационной деятельности в органах государственной власти. 3. Управление общественными отношениями в системе государственного управления на федеральном, региональном и местном уровнях. 4. Пресс-службы и пресс-центры органов государственной власти: структура, функции, направления деятельности. 5. Информационно-аналитические центры и их роль в процессе принятия управленческих решений.	
Раздел / тема 3: Коммуникация как процесс. Теории коммуникации, значимые для Управление общественными отношениями.	
1. Понятие и типология организаций. 2. Процессы организации, коммуникации и мотивации – основа деятельности организации. 3. PR как особый вид коммуникативной политики в организациях. 4. Коммуникативный процесс: структура, элементы, функции. 5. Типология целевых аудиторий. 6. Коммуникативные барьеры и способы их разрешения и преодоления.	
Раздел / тема 4: Правовые и этические основы управления общественными отношениями.	
1. Информация как объект права. 2. Особенности правоотношений в сфере массовой информации. 3. PR-деятельность как предмет правового регулирования. 4. Правовой статус специалиста по управлению общественными отношениями и журналиста в системе права массовой информации. 5. Общественный контроль деятельности PR-служб и пресс-служб законодательной и исполнительной ветвей власти. 6. Сравнительный анализ кодексов профессиональной этики. 7. Соотношение закона и морали в деятельности специалистов по управлению общественными отношениями.	
Раздел / тема 5: Общественность и общественное мнение в системе управления общественными отношениями.	
1. Понятие общественности, целевых аудиторий, приоритетных групп общественности. 2. Подходы к определению общественности: ситуативный, психографический, др. 3. Типологии общественности (разных авторов). 4. Целевые аудитории и приоритетные группы общественности, учет интересов, потребностей и мнений. 5. Толпа – масса – общественность. «Лидеры мнений» и «группы интересов». 6. Общественное мнение как специфический социальный институт, его место и роль в системе общественных отношений.	

7. Методы исследования общественного мнения.
8. Структура и функции общественного мнения. Объект и субъект общественного мнения.
9. Приемы формирования общественного мнения и способы борьбы с его манипулированием.
5. Технологии воздействия на общественное мнение.
Раздел / тема 6: Управление общественными отношениями в политической сфере.
1. Основные направления управления общественными отношениями в политике.
2. Роль PR в развитии гражданского общества в России.
3. Формирование и продвижение имиджа политического лидера: технологии и инструментарий.
4. Пресс-службы политических структур.
5. Специализированные консультационные PR-агентства и их влияние на политический процесс.
6. Лоббизм как явление общественной жизни: история и современное состояние.
7. Лоббирование как направление
Раздел / тема 7: Управление общественными отношениями в экономической сфере.
1. Особенности PR-деятельности в сфере бизнеса.
2. Управление общественными отношениями и маркетинг: общее и различия.
3. Социальная ответственность бизнеса как современная тенденция развития общества.
4. Служба управления общественными отношениями в бизнес-сфере: цели, содержание деятельности, функции.
5. Формирование и продвижение корпоративного имиджа: технологии и инструментарий.
6. Меценатство, патронаж, спонсорство и благотворительность как социальная политика бизнеса в современных условиях.
Раздел / тема 8: Управление общественными отношениями в социальной сфере.
1. Некоммерческие организации («третий сектор»): понятие, типы, принципы функционирования, регламентация деятельности.
2. Функции PR в организациях третьего сектора.
3. Социальный менеджмент и функции специалиста по управлению общественными отношениями в НКО.
4. PR некоммерческих организаций в структурах власти.
5. PR некоммерческих организаций в СМИ.
6. Массовая акция как инструмент некоммерческих организаций.
7. Работа PR-специалиста с волонтерами.
8. Налаживание взаимодействия некоммерческих и политических организаций.
9. Поиск средств и возможностей. Фандрайзинг и спонсоринг.
Раздел / тема 9: Коммуникация и социальный контроль. PR-технологии в кризисных ситуациях.
1. Коммуникационный менеджмент как направление PR-деятельности.
2. Функционирование вертикальной и горизонтальной коммуникации в организациях.
3. Межкультурная и кросс-культурная коммуникация: общее и различия.
4. Самопрезентация как способ актуализации интереса людей.
5. Публичное выступление: виды, подготовка, способы воздействия на аудиторию.
6. Информационные войны.

5.2. Задания для проведения текущего контроля и / или промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

1. Управление общественными отношениями как институт гармонизации общественных отношений.
2. Предпосылки возникновения управления общественными отношениями. ПротоPR.
3. Управление общественными отношениями: предмет, функции, задачи, концепции и тенденции развития.
4. Институализация управления общественными отношениями.
5. Развитие управления общественными отношениями в России.
6. Правовые основы управления общественными отношениями.
7. Этические основы управления общественными отношениями.
8. Управление общественными отношениями как инновационный вид социального управления.
9. Коммуникация как система.

10. Коммуникация как способ взаимодействия в сфере общественных отношений.
11. Управление общественными отношениями как вид коммуникации.
12. Массовая коммуникация: понятие, содержание, функции, модели.
13. Управление общественными отношениями в системе массовой коммуникации.
14. Коммуникационный процесс: элементы и фазы.
15. Средства и каналы коммуникаций в PR-деятельности, проблема эффективного выбора.
16. СМИ как ключевая аудитория и основной канал воздействия в системе управления общественными отношениями.
17. PR как профессия. Профессиональные сообщества.
18. PR-технологии: общая характеристика.
19. PR-деятельность в политической сфере.
20. PR-деятельность в социальной сфере.
21. PR-деятельность в экономической сфере.
22. PR в интернете и интернет в PR-деятельности.
23. Внутриорганизационные коммуникации: содержание, значение.
24. Кризис: типы, разновидности, структура, алгоритм развития. PR-деятельность в кризисной ситуации.
25. Общественность: понятие и типологии. Проблема сегментации общественности. Целевые аудитории.
26. Общественное мнение: природа, функции, структура. Исследования общественного мнения.
27. PR-деятельность по формированию и функционированию общественного мнения.
28. Место PR-службы в структуре организации: принципы и содержание деятельности.
29. PR-служба и пресс-служба: анализ содержания деятельности.
30. PR-служба в организации и независимая PR-служба: сравнительный анализ деятельности.
31. PR-акция (PR-кампания): понятие, задачи, содержание, технологии организации.
32. Оценка эффективности PR-деятельности: содержание, критерии, виды, проблемы.

Тематика рефератов

1. PR как комплексная междисциплинарная отрасль знания.
2. PR как социальный институт.
3. Исследования в PR: специфика и сферы применения.
4. Пресс-служба: типология, организация и содержание деятельности.
5. Государственная информационная политика России: основные направления, тенденции развития.
6. Управление государственными информационными системами в Европе и США: политика и стратегия.
7. Избирательная кампания: явление, особенности и технологии организации.
8. PR и пропаганда: сравнительный анализ коммуникативных практик.
9. Роль профессиональных сообществ в разработке этических стандартов PR-деятельности.
10. Репутационный менеджмент как направление PR-деятельности.
11. Исследование как основа PR-деятельности.
12. Коммуникационный менеджмент в организации: содержание, особенности, значение.
13. PR как проектная деятельность: планирование и реализация PR-кампаний.
14. PR-службы как элемент политической системы общества.
15. PR в силовых структурах и спецслужбах.
16. PR-деятельность в органах власти: задачи и специфика.
17. PR-служба и пресс-служба: сравнительная характеристика деятельности.
18. «Черный PR».

19. Пресс-центр политической партии: структура, содержание и направления деятельности.
20. PR и реклама: сравнительный анализ коммуникативных практик.
21. Информационное (информациональное) общество: понятие, особенности, перспективы.
22. Процедуры PR: медиация, фасилитация, модерация, др.
23. Особенности PR-деятельности в шоу-бизнесе.
24. Партизанский маркетинг как технология PR-деятельности.
25. PR и маркетинг: сравнительный анализ коммуникативных практик.
26. Брендинг как направление PR-деятельности.
27. Лоббирование как направление PR-деятельности.
28. Лучшие PR-кампании.
29. Лучшие рекламные кампании.
30. Файндрайзинг и спонсоринг как направления PR-деятельности.
31. Нейролингвистическое программирование.
32. PR в системе массовой коммуникации: кинематограф, книги, аудио- и видеопродукция.
33. Гудвилл, бренд и имидж: сравнительная характеристика.
34. Нейминг как составляющая PR-деятельности.
35. Манипулирование общественным сознанием: история, теория и практика.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Библиографическое описание по ГОСТ	Кол-во экземпляров в библиотеке ВоГТУ	Наличие литературы на кафедре и в других библиотеках
1	2	3
<u>Основная литература</u>		
Управление общественными отношениями: учеб. пособие для вузов / под ред. Ю. К. Федулова; [авт. кол.: Ю. К. Федулов [и др.]]. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. – 151 с.	13	
Управление общественными отношениями: учеб. пособие для вузов / под ред. Ю. К. Федулова. – Москва: Вузовский учебник, 2010. – 151, [1] с.	2	
<u>Дополнительная литература</u>		
Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – Москва: Дело, 2006. – 551 с.: ил.	3	-
Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : ввод. курс: учеб. пособие для вузов / С. Емельянов. – Санкт-Петербург: Питер, 2005. – 240 с.	1	-
Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учеб. пособие по специальности "Менеджмент орг.", "Маркетинг" / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов, [под общ. ред. С. Д. Резника]. – Изд. 4-е, испр. и доп. – Москва: Академ. Проект, 2007. – 430, [1] с. : ил.	1	-
Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью : теория и технологии: учебник для вузов / В. Ф. Кузнецов. – Москва : Аспект-Пресс, 2006. – 300, [1] с.	5	-

Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учеб. пособие / В. М. Маслова . – 2-е изд. – Москва: Вузовский учебник , 2009 . – 206, [1] с.: ил.	1	-
Связи с общественностью: составление документов: теория и практика: учеб. пособие для вузов / В. В. Данилина, М. В. Луканина, Л. В. Минаева и др.; под ред. Л. В. Минаевой. – Москва : Аспект Пресс , 2006 . – 286, [1] с.: ил.	1	-
Связи с общественностью как социальная инженерия: учеб. пособие для вузов / [под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной] . – Санкт-Петербург : Речь , 2005 . – 349, [1] с.	1	-
Капитонов, Э. А. Управление общественными отношениями : учеб. пособие для вузов / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов . – Москва : Дашков и К; Ростов-на-Дону : Наука-Пресс , 2008 . – 366 с. : ил.	15	
Татаринова, Г.Н. Управление общественными отношениями: учебник для вузов / Г.Н. Татаринова. – Санкт-Петербург: Питер, 2004. – 315 с.	-	
Управление общественными отношениями: учебник / под общ. ред. В. С. Комаровского . – Москва : РАГС , 2005 . – 399 с.	8	
<u>Методическая литература</u>		
Мамедова, Н. А. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс / Н. А. Мамедова, Т. А. Кривова. – Москва: Изд. центр ЕАОИ, 2011. -92 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=90760	Университетская библиотека онлайн: электронная библиотечная система	
<u>Программное обеспечение и Интернет-ресурсы</u>		
1. Библиотечка связиста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pr.i-dl.ru 2. PR-библиотека «Международный пресс-клуб А.Н. Чумикова PR и консалтинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/ 3. Электронная библиотека [Электронный ресурс] // Винницкая реклама: первый Винницкий портал про рекламу. – Режим доступа: http://vr.com.ua/blog/book 4. PR life [Электронный ресурс]: история PR в России и мире. – Режим доступа: http://pr-life.ru 5. Книги по дизайну и о дизайне для дизайнера[Электронный ресурс] // On-line библиотека: дизайн, PR, реклама, полиграфия, WEB. – Режим доступа: http://de-lib.narod.ru 6. Библиотека «Полка букиниста» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://polbu.ru/ 7. Библиотека Воеводина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://enbv.narod.ru 8. Маркетинг журнал 4p.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.4p.ru 9. Российская ассоциация по связям с общественностью: российский PR-портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.raso.ru 10. Marketer.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа:		

http://www.marketer.ru 11. Официальный сайт А.П. Ситникова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sitnikov.com 12. PR-online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pronline.ru 13. Реклама в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rwr.ru 14. GrebennikOn [Электронный ресурс] // Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников». – Режим доступа: http://www.marketingandresearch.ru 15. Академия имиджологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.academim.org 16. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub	
--	--

Ответственный за библиографию _____



Т.Ф.Чудновская

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№№ п/п	Перечень основного оборудования	Нумерация разделов/тем
1	2	3
1.	Компьютер с программным обеспечением	Все темы
2.	Проекционная установка	Все темы

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрООП ВПО по направлению 13.03.02- «Электроэнергетика и электротехника» и профилю подготовки «Электроснабжение» и согласно учебному плану указанных направления и профиля подготовки.