

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
 Должность: врио ректора  
 Дата подписания: 22.09.2023 11:51:48  
 Уникальный программный ключ:  
 69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ООП

Васильева Е.Н.

"31" августа 2023 г.

## Рабочая программа дисциплины Связи с общественностью

Закреплена за кафедрой	<b>Международных отношений</b>	
Учебный план	МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ	
Квалификация	<b>Бакалавр</b>	
Форма обучения	<b>очная</b>	
Общая трудоемкость	<b>3 ЗЕТ</b>	
Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены 2
аудиторные занятия	57	
самостоятельная работа	51	

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	18			
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	38	38	38	38
Практические	19	19	19	19
Итого ауд.	57	57	57	57
Контактная работа	57	57	57	57
Сам. работа	51	51	51	51
Итого	108	108	108	108

## **I. Аннотация**

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

Связи с общественностью

### **2. Цель и задачи дисциплины (или модуля):**

Цель дисциплины – формирование и развитие у обучающихся компетенций:

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

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

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

### **4. Объем дисциплины (или модуля):**

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

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

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

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

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

**6. Форма промежуточной аттестации:** зачет

**7. Язык преподавания:** русский.

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

**1. Для студентов очной формы обучения**

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

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

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

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

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

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

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

\* Примерные типы контрольных заданий по дисциплине

1. Темы доклада / реферата / презентации

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

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

2. Вопросы к зачету с дополнительным практическим заданием

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

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



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

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

\* Примерные типы контрольных заданий по дисциплине

1. Направленность проектной деятельности / условия выполнения проекта

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

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

(образец грантовой заявки выдается преподавателем)

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

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

2. Вопросы к зачету с дополнительным практическим заданием

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

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

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

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

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

##### **Основная литература:**

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

##### **Дополнительная литература:**

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

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

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

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

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

### **Учебная программа**

#### *Введение*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### *Раздел 2. Правовые основы PR-деятельности в Российской Федерации*

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

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

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

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

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

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

#### *Раздел 4. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства*

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

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

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

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

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

#### *Раздел 5. Основные организационные формы и практические мероприятия PR*

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

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

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

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

*Раздел 6. Коммуникативные технологии в сфере связей с общественностью*

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

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

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

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

*Раздел 8. Технологии PR в конфликтной и кризисной ситуации*

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

### **Оценка уровня сформированности компетенций**

осуществляется в процессе следующих форм контроля:

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

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

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

**Таблица соответствия целей обучения и способов контроля сформированности компетенций**

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

### ***Требования к рейтинг-контролю.***

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



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

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

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

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

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

**X. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

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