

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС  
Факультет государственного и муниципального управления  
Кафедра политических наук и технологий

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ДИСЦИПЛИНЫ**

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ  
ВЛАСТИ**

(Б1.В.06)

краткое наименование дисциплины – СОвОВ

по направлению подготовки: 38.03.04 Государственное муниципальное  
управление

направленность (профиль): «Современное государственное и муниципальное  
управление»

квалификация: Бакалавр

формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Год набора – 2020

**Автор – составитель:**

к.и.н., доцент, декан факультета ПиМО С.В. Козлов

Новосибирск, 2019

## **1. Цель освоения дисциплины:**

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-10 - способность к взаимодействиям в ходе служебной деятельности в соответствии с этическими требованиями к служебному поведению;

ПК-11 - владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения.

## **2. План курса:**

### **Раздел 1. Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность**

**Тема 1.1. Связи с общественностью как информационно-коммуникативная деятельность.** Связи с общественностью (PR): понятие, место и функции в системе социального управления. Актуальное понятие связей с общественностью. Базисные и технологические субъекты PR-коммуникации. Понятие общественности. Цель и задачи связей с общественностью. Основные трактовки PR: альтруистическая, компромиссная и прагматическая. Модели PR-коммуникации Дж Грюнига: пресс-агентства/паблисити, информирования общественности, двусторонняя асимметричная, двусторонняя симметричная. Функции связей с общественностью: аналитико-прогностическая, организационно-технологическая, информационно-коммуникативная, консультационно-методическая и социально-гуманистическая. Отличия PR от рекламы.

**Тема 1.2. Особенности связей с общественностью в органах власти.** Специфика государственного и муниципального PR. Отличия PR-технологий в сфере государственного и муниципального управления от бизнес-PR. Компоненты связей с общественностью в органа власти. Функции государственного и муниципального PR. Организационные структуры связей с общественностью в органах власти: пресс-секретарь, пресс-центр, отдел по работе с прессой, PR-служба (департамент/управление информации). Функции отдельных структурных подразделений PR-службы: отделов по связям с политическими партиями и по связям с общественными организациями, информационно-аналитической службы, общественной приёмной, телевизионного, радио- и фотоотдела.

**Тема 1.3. Последовательность планирования и реализации PR-кампании.** Звенья PR-механизма: базисный субъект PR, PR-посредник, послание, каналы передачи информации, коммуникативные барьеры,

целевые аудитории. Логика PR-процесса. Условия успешности PR-коммуникации. Формула RACE как один из самых известных проектных подходов к PR-деятельности.

**Тема 1.4. Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения.** Мониторинг социального окружения как первый шаг в процессе PR-коммуникации. Роль исследований в PR-деятельности. Задачи, решаемые исследованиями. Последовательность действий по изучению социального окружения. Понятие проблемы в PR-практике. Аналитическое досье и его структура. Социологические исследования. Теоретический и прикладной анализ. Количественные и качественные исследования. Техническое задание. Анкетный опрос. Последовательность смысловых разделов анкеты. Фокус-группа. Глубинное интервью. Информационный и коммуникационный аудит.

**Тема 1.5. Второй этап (Action): разработка программы и сметы.** Стратегическое планирование. Общее и специальное планирование. Определение целей и задач. Задачи выхода и задачи влияния. Информационные, установочные и поведенческие задачи. Определение целевых и ключевых аудиторий. Внешние и внутренние аудитории. Ключевые аудитории. Лидеры мнений. Определение целевых СМИ. Целевые СМИ как каналы коммуникации, связывающие PR-субъект с целевыми аудиториями. Деление СМИ по степени значимости. Составление рабочего плана. Целевой или проектный вариант рабочего плана.

**Тема 1.6. Третий этап (Communication): действие и коммуникация.** Метод создания специальных событий. Преимущества метода создания специальных событий. Виды специальных событий. Составление сообщения. Принципы составления сообщения. Приёмы преодоления расхождения между организацией как источником послания и установками целевых аудиторий. Факторы отбора новостей по Никласу Луману. Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации. Метод третьей партии.

**Тема 1.7. Четвертый этап (Evaluation): оценка.** Количественные и качественные методы оценки эффективности. Параметры количественного анализа. Прикладной метод к измерению эффективности. Оценка эффективности отдельных PR-инструментов. Оценка распространения пресс-релизов, поведения пресс-конференций и корпоративных мероприятий. Нормативные параметры измерения PR-эффективности деятельности органов власти.

## **Раздел 2. Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами**

**Тема 2.1. Общие правила отношений со СМИ.** Медиарилейшнз: управление СМИ и управление информацией. Понятие медиарилейшнз. Управление СМИ как использования административно-правовых регуляторов и ресурсов. Этапы управления информацией: формирование собственного информационного потока; сегментирование информационного потока, подача акцентированной информации; приоритетная поставка информации, информационное партнерство; оптимизация формы и стиля подачи материалов. Производство новостей. Смысловая и повествовательная концепции новостного производства. Основной и дополнительный вес новости.

**Тема 2.2. Материалы для прессы.** Пресс-релиз или информационное сообщение. Достоинства пресс-релиза как новостного жанра. Общие требования к пресс-релизу. Структурные элементы пресс-релиза: вводная часть, основная часть, служебная часть. Заголовок пресс-релиза и требования к нему. Лид-абзац (подзаголовок) как краткое содержание новости. Принцип перевернутой пирамиды. Требования к основному тексту пресс-релиза. Бэкграундер. Технические правила оформления пресс-релиза. Анонсирующий и новостной пресс-релизы. Правила размещения пресс-релизов. Другие виды первичных текстов для СМИ: информационное письмо (бэкграундер), биография, факт-лист, лист вопросов-ответов, заявление, именная статья, письмо и поздравление. Медiateксты: фичер, кейс-история, обзорно-аналитическая статья, интервью

**Тема 2.3. Мероприятия, организуемые для журналистов.** Пресс-конференция как PR-мероприятие. Преимущества пресс-конференции. Этапы подготовки и проведения пресс-конференции. Планирование и оповещение. Подготовка к пресс-конференции. Функциональные роли участников пресс-конференции. Рекомендации по ведению пресс-конференции. Пресс-клипинг. Брифинг. Пресс-тур. Мероприятия, специально для прессы не предназначенные.

**Тема 2.4. Целевые аудитории связей с общественностью в органах власти.** Цели и задачи информационно-аналитической деятельности в публичной сфере. Проблемы оценки эффективности деятельности пресс-служб. Качественные и количественные методы сбора информации. Социологические опросы и фокус-группы как методы изучения общественного мнения: основные принципы и особенности применения. Фигура модератора и его задачи в проведении фокус-групп.

**Тема 2.5. Событийный маркетинг.** Событийный маркетинг как совокупность технологий, направленных на продвижение организации. Специальные события. Задачи, решаемые специальными событиями. Технологии подготовки публичных мероприятий. Семинар. Конференция. «Круглый стол». Презентация. Проведение выставок. Церемонии открытия. Дни открытых дверей. Экскурсия. Общественные слушания. Досуговые мероприятия. Технология подготовки речей (спичрайтинг). Информационные кампании по продвижению территорий.

### 3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Для проведения занятий по очной, очно-заочной и заочной формам обучения

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
<b>Раздел 1.</b>	<b>Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность</b>	
Тема 1.1.	Связи с общественностью как информационно-коммуникативная деятельность	Тестирование
Тема 1.2.	Особенности связей с общественностью в органах власти	Устный опрос
Тема 1.3.	Последовательность планирования и реализации PR-кампании	Проверка конспектов
Тема 1.4.	Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения	Устный опрос
Тема 1.5.	Второй этап (Action): разработка программы и сметы	Тестирование
Тема 1.6.	Третий этап (Communication): действие и коммуникация	Устный опрос
Тема 1.7.	Четвертый этап (Evaluation): оценка	Доклад
<b>Раздел 2.</b>	<b>Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами</b>	
Тема 2.1.	Общие правила отношений со СМИ	Проверка конспектов
Тема 2.2.	Материалы для прессы	Устный опрос
Тема 2.3.	Мероприятия, организуемые для журналистов	Тестирование
Тема 2.4.	Целевые аудитории связей с общественностью в органах власти	Устный опрос
Тема 2.5.	Событийный маркетинг	Доклад

Для проведения занятий по заочной форме обучения с применением ЭО, ДОТ

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
<b>Раздел 1.</b>	<b>Связи с общественностью как информационно-коммуникативная и проектная деятельность</b>	
Тема 1.1.	Связи с общественностью как информационно-коммуникативная деятельность	Письменные ответы на вопросы электронного семинара Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения
Тема 1.2.	Особенности связей с общественностью в органах власти	Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения
Тема 1.3.	Последовательность планирования и реализации PR-кампании	Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения
Тема 1.4.	Первый этап (Research): определение проблем и мониторинг социального окружения	Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения
Тема 1.5.	Второй этап (Action): разработка программы и сметы	Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения
Тема 1.6.	Третий этап (Communication): действие и коммуникация	Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения
Тема 1.7.	Четвертый этап (Evaluation): оценка	Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения
<b>Раздел 2.</b>	<b>Технологии взаимодействия с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами</b>	
Тема 2.1.	Общие правила отношений со СМИ	Письменные ответы на вопросы электронного семинара Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения
Тема 2.2.	Материалы для прессы	Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения
Тема 2.3.	Мероприятия, организуемые для журналистов	Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения
Тема 2.4.	Целевые аудитории связей с общественностью в органах власти	Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения
Тема 2.5.	Событийный маркетинг	Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения

Форма промежуточной аттестации: **зачёт**.

#### 4. Основная литература

1. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие : в 2 ч. Ч. 1 : Теоретические основы интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2013. - 192, [1] с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. - филиал РАНХиГС. - Режим доступа : [http://siu.ranepa.ru/UMM\\_1/3278/Osn\\_int\\_komm\\_1\\_up.pdf](http://siu.ranepa.ru/UMM_1/3278/Osn_int_komm_1_up.pdf), требуется авторизация - Загл. с экрана.
2. Козлов, С. В. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению 031600.62 - Реклама и связи с общественностью : [в 2 ч.]. Ч. 2 : Технологии интегрированных коммуникаций / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 215 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. - филиал РАНХиГС. - Режим доступа : [http://siu.ranepa.ru/UMM\\_1/3676/Козлов\\_Основы%20интегрир%20коммуник%20УП\\_ч2.pdf](http://siu.ranepa.ru/UMM_1/3676/Козлов_Основы%20интегрир%20коммуник%20УП_ч2.pdf), требуется авторизация - Загл. с экрана.
3. Козлов, С. В. Связи с общественностью в органах власти : учеб. пособие для всех форм обучения по направлению 081100.62 - Гос. и муницип. упр. / С. В. Козлов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 197 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. - филиал РАНХиГС. - Режим доступа : [http://siu.ranepa.ru/UMM\\_1/3485/sso\\_up\\_14.pdf](http://siu.ranepa.ru/UMM_1/3485/sso_up_14.pdf), требуется авторизация - Загл. с экрана.