

## Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»

УТВЕРЖДАЮ  
 Декан гуманитарно-правового факультета  
 д.и.н., профессор *В.Н. Плаксин* Плаксин В.Н.  
 « 28 » 10 2016 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.5.2 «Управление общественными отношениями»  
для направления38.03.04 Государственное и муниципальное управлениеПрофиль подготовки «Муниципальное управление сельских территорий»  
(академический бакалавриат)квалификация (степень) выпускника бакалаврФакультет гуманитарно-правовой  
Кафедра общеправовых и гуманитарных дисциплин

Форма Обучения	Всего зач.ед./ часов	Курс	Семестр	Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Курсовая работа, (указать семестр)	Самостоятельная работа	Зачет (указать семестр)	Экзамен (указать семестр/часы)
Очная	3/108	3	5	16	14	-	-	-	78	1	-
заочная	3/108	3	6	4	4	-	-	-	100	1	-

Преподаватель, подготовивший рабочую программу:

к.и.н., доцент кафедры

общеправовых и гуманитарных дисциплин

*О. Васильева*

Васильева Ольга Валерьевна



Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление академический бакалавриат, приказ № 1567 от 10 декабря 2014 г.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры общеправовых и гуманитарных дисциплин (протокол № 3/1 от 15.10.2015 г.)

Заведующий кафедрой  Плаксин В.Н.

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией гуманитарно-правового факультета (протокол № 2/1 от 28.10.2015 г.).

Председатель методической комиссии  Юрьева А.А.

## 1. Предмет. Цели и задачи дисциплины Б1.В.ДВ.5.2. «Управление общественными отношениями», её место в структуре ОПОП

Целью изучения дисциплины является знакомство обучающихся с современными концепциями и методическими основами построения и ведения коммуникаций организации с различными группами общественности.

Задачи изучения дисциплины:

- освоить понятийный аппарат дисциплины;
- 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.

Предмет изучения дисциплины - основные направления деятельности по управлению общественными отношениями (отношениями с государственными учреждениями и общественными организациями, отношения со СМИ, с инвесторами, с персоналом, организация специальных событий, кризисные РК и т.д.

**Место дисциплины в структуре ОПОП:** дисциплина «Управление общественными отношениями» относится к вариативной части ОПОП бакалавриата (Б.1.В.ДВ.5.2.). В процессе изучения дисциплины обучающиеся приобретают знания, которые будут им необходимы в дальнейшей практической деятельности, связанной с социальной сферой, сферой государственного, муниципального управления.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОПОП и базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин, таких как: «Построение межличностных, групповых и организационных коммуникаций», «Социология и психология массовых коммуникаций». Изучение и освоение дисциплины «Управление общественными отношениями» является основой для последующего изучения дисциплин вариативной части и прохождения учебных практик и государственной итоговой аттестации.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине Б1.В.ДВ.5.2. «Управление общественными отношениями», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОК-1	способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	<b>знать:</b> сущность общественных отношений
		<b>уметь:</b> соотносить понятия «общественные отношения» и «социальные отношения»
		<b>иметь навыки и опыт деятельности:</b> анализа структуры и классификации общественных отношений
ОК-2	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития	<b>знать:</b> понятия «информация», «информационное пространство», «информационный баланс»
		<b>уметь:</b> замечать и категоризовать

	общества для формирования гражданской позиции	наблюдаемые феномены; корректировать свое неэффективное поведение в управлении общественными отношениями <b>иметь навыки и опыт деятельности:</b> формирования корпоративного имиджа
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<b>знать:</b> механизмы влияния общественных отношений организационную культуру, организационную идентификацию, процессы принятия решений, организационного научения, власти и влияния
		<b>уметь:</b> управлять общественными отношениями с помощью различных аспектов организационного поведения
		<b>иметь навыки и опыт деятельности:</b> выявления организационных патологий и разработки мер по их предупреждению

### 3. Объём дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма обучения объём часов		Заочная форма обучения объём часов
	всего зач.ед./ часов	5 семестр	6 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины	3/108	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) всего, в т.ч.	30	30	8
Аудиторная работа:	30	30	8
Лекции	16	16	4
Практические занятия	-	-	-
Семинары	14	14	4
Лабораторные работы	-	-	-
Другие виды аудиторных занятий	-	-	-
Самостоятельная работа обучающихся, час, в т.ч.	78	78	100
Подготовка к аудиторным занятиям	+	+	+
Выполнение курсовой работы	-	-	-
Подготовка и защита рефератов, расчетно-графических работ	+	+	+
Другие виды самостоятельной	+	+	+

работы			
Экзамен/часы	-	-	-
Формы промежуточной аттестации (зачёт, экзамен)	Зачет	Зачет	Зачет

#### 4. Содержание дисциплины.

##### 4.1. Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план).

№ п/п	Раздел дисциплины	Л	СЗ	ПЗ	ЛР	СР
очная форма обучения						
1	Введение	4	2	-	-	20
2	Понятие общественных отношений	4	4	-	-	20
3	PR как наука	4	4	-	-	20
4	Общественное мнение в государственном муниципальном управлении	4	4	-	-	18
заочная форма обучения						
1	Введение	0,5	1	-	-	25
2	Понятие общественных отношений	0,5	1	-	-	25
3	PR как наука	0,5	1	-	-	25
4	Общественное мнение в государственном муниципальном управлении	0,5	1	-	-	25

##### 4.2. Содержание разделов дисциплины

- Тема 1. Общественные отношения и управление
- Тема 2. PR как наука
- Тема 3. Коммуникации и управление
- Тема 4. Информационные процессы в обществе и управление
- Тема 5. PR в политике
- Тема 6. PR в бизнесе
- Тема 7. PR и СМИ
- Тема 8. Общественное мнение в государственном муниципальном управлении
- Тема 9. Имидж и бренд
- Тема 10. Кризисный PR

##### 4.3. Перечень тем лекций

№	Тема лекции	Объём, ч
---	-------------	----------

п/п		форма обучения	
		очная	заочная
1	Общественные отношения и управление	2	1
2	PR как наука	6	1
3	Коммуникации и управление	2	1
4	Информационные процессы в обществе и управление	2	-
5	Общественное мнение в государственном муниципальном управлении	2	1
6	Имидж и бренд	2	-
Всего		16	4

#### 4.4. Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ п/п	Тема практического занятия	Объем, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
1	Общественные отношения и управление	4	1
2	PR как наука	2	-
3	Коммуникации и управление	2	1
4	Информационные процессы в обществе и управление	2	-
5	Общественное мнение в государственном муниципальном управлении	2	1
6	Имидж и бренд	2	1
Всего		14	4

#### 4.5. Перечень тем лабораторных работ – «Не предусмотрен»

#### 4.6. Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

##### 4.6.1. Подготовка к аудиторным занятиям

Перечень методических рекомендаций студентам по закреплению и углублению полученных на аудиторных занятиях знаний и навыков, подготовке к предстоящим занятиям:

1. Сравнительный анализ сведений по изучаемой теме, полученных из различных источников.

2. Устный пересказ изученного материала.

3. Письменное изложение изученного материала.

4. Взаимоконтроль и взаимопроверка знаний студентов.

5. Применение полученных знаний при решении практических задач.

6. Репетиционное выступление перед студентами.

7. Подбор материалов из учебной и учебно-методической литературы по изучаемой теме.

Соответственно конкретным темам семинарских занятий студентам могут быть даны иные, дополнительные рекомендации.

#### 4.6.2. Перечень тем курсовых работ (проектов) – «Не предусмотрен»

##### 4.6.3. Перечень тем рефератов

1. Управление связями с общественностью на предприятии (организации).
2. Основные правила установления и поддержания связей с общественностью.
3. Организация проведения выставок.
4. Приемы, их сущность, назначение и подготовка проведения.
5. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.
6. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
7. Сущность и основные цели рекламы.
8. Основные права и обязанности сторон при изготовлении и распространении рекламных материалов.
9. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью.
10. Источники и методы получения информации о конкурентах при установлении связей с общественностью.
11. Организационно-правовое обеспечение внутрифирменных служб информационной безопасности при осуществлении связей с общественностью.
12. Специфика управления коммуникациями в условиях кризиса.
13. Ответственность изготовителей, исполнителей и продавцов за нарушение прав потребителей.
14. Презентационная работа с потребителями при осуществлении связей с общественностью.
15. Формирование корпоративной этики.
16. Направления PR-деятельности в установлении внутриотраслевых отношений предпринимателей.
17. Значение благотворительности во внешнеэкономической деятельности.
18. Направления благотворительной деятельности.
19. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.
20. Организация рекламной кампании.
21. Яркая идея, воплощенная в слогане.
22. Сравнение эффективности предвыборных действий.
23. Административные способы ограничения свободы слова.
24. Типы средств массовой информации и их влияние на общественность.
25. Работа специалиста по PR с чиновниками.
26. Система связей власти с общественностью.
27. Понятие общественного мнения и его основные разновидности.
28. Структура и функции общественного мнения.
29. Предмет теории общественного мнения.
30. Проблемы и методы изучения общественного мнения.
31. Использование общественного мнения.
32. Формирование общественного мнения.
33. Профессиональные ассоциации и стандарты. Службы PR, консультации и агентства PR.
34. Перспективы развития практики PR.
35. Базовая информация для инвесторов.
36. Спонсоринг и фанд-рейзинг.



#### 4.6.4. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч	
			форма обучения	
			очная	заочная
1	Связи с общественностью как отрасль знания и социальный феномен	1. Федулов, Ю. К. Управление общественными отношениями [электронный ресурс]: Учеб. пособие / Федулов, Воскресенская, Жестерева и др Режим доступа: <a href="http://znanium.com/go.php?id=109784">http://znanium.com/go.php?id=109784</a> >.  2. Гурьев, Д. Д. Управление общественными отношениями: учебно-методическое пособие [электронный ресурс]: Режим доступа: <a href="http://znanium.com/go.php?id=504597">http://znanium.com/go.php?id=504597</a> >.	10	15
2	Этические и правовые основы PR-деятельности		10	15
3	Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности		10	15
4	Управление PR-деятельностью		10	15
5	Организация специальных мероприятий в деятельности PR		10	10
6	Управление имиджем		10	10
7	PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства		10	10
8	Оценка эффективности PR-деятельности		8	10
Всего			78	100

## 4.6.5. Другие виды самостоятельной работы студентов

## Другие виды самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тематика занятий	Виды самостоятельной работы	Объём часов	
			Форма обучения	
			Очная	Заочная
1.	Связи с общественностью как отрасль знания и социальный феномен	- изучение дополнительной (к основной) литературы - использование баз данных Интернет-ресурсов - составление тематических кроссвордов, ребусов - подготовка и выступление с докладами; - индивидуальные консультации с преподавателями цикла дисциплин	10	15
2.	Этические и правовые основы PR-деятельности	- изучение дополнительной (к основной) литературы - использование баз данных Интернет-ресурсов - составление тематических кроссвордов, ребусов - подготовка и выступление с докладами; - индивидуальные консультации с преподавателями цикла дисциплин	10	15
3	Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности	- изучение дополнительной (к основной) литературы - использование баз данных Интернет-ресурсов - составление тематических кроссвордов, ребусов - подготовка и выступление с докладами; - индивидуальные консультации с преподавателями цикла дисциплин	10	15
4.	Управление деятельностью PR-	- изучение дополнительной (к основной) литературы - использование баз данных Интернет-ресурсов - составление тематических кроссвордов, ребусов - подготовка и выступление с докладами; - индивидуальные консультации с преподавателями цикла дисциплин	10	15
5.	Организация специальных мероприятий в деятельности PR	- изучение дополнительной (к основной) литературы - использование баз данных Интернет-ресурсов - составление тематических кроссвордов, ребусов - подготовка и выступление с докладами; - индивидуальные консультации с преподавателями цикла дисциплин	10	10
6.	Управление имиджем	- изучение дополнительной (к основной) литературы	10	10

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование баз данных Интернет-ресурсов</li> <li>- составление тематических кроссвордов, ребусов</li> <li>- подготовка и выступление с докладами;</li> <li>- индивидуальные консультации с преподавателями цикла дисциплин</li> </ul>		
7.	PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение дополнительной (к основной) литературы</li> <li>- использование баз данных Интернет-ресурсов</li> <li>- составление тематических кроссвордов, ребусов</li> <li>- подготовка и выступление с докладами;</li> <li>- индивидуальные консультации с преподавателями цикла дисциплин</li> </ul>	10	10
8.	Оценка эффективности PR-деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение дополнительной (к основной) литературы</li> <li>- использование баз данных Интернет-ресурсов</li> <li>- составление тематических кроссвордов, ребусов</li> <li>- подготовка и выступление с докладами;</li> <li>- индивидуальные консультации с преподавателями цикла дисциплин</li> </ul>	8	10

#### 4.7. Перечень тем и видов занятий, проводимых в интерактивной форме

№ п/п	Форма занятия	Тема занятия	Интерактивный метод	Объем, ч
1.	Практическое (семинар)	Общественные отношения и управление	Круглый стол (дискуссия, дебаты), работа в малых группах, групповое обсуждение.	4
2.	Практическое (семинар)	PR как наука	Творческие задания, работа в малых группах, групповое обсуждение, метод проектов, деловые и ролевые игры социально-психологический тренинг, групповое обсуждение	2
3.	Практическое (семинар)	Коммуникации и управление	Творческие задания, работа в малых группах, групповое обсуждение, метод проектов, деловые и ролевые игры.	2
4.	Практическое (семинар)	Информационные процессы в обществе и управление	Творческие задания, работа в малых группах, групповое обсуждение, метод проектов, социально-психологический тренинг.	2
5.	Практическое (семинар)	Общественное мнение в государственном муниципальном управлении	Творческие задания, работа в малых группах, групповое обсуждение, социально-психологический тренинг.	2
6.	Практическое (семинар)	Имидж и бренд	Творческие задания, работа в малых группах, групповое обсуждение, социально-психологический тренинг.	2

## 5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

### 5.1. ФОС текущего контроля

Текущий контроль знаний студентов может иметь следующие виды:

- устный опрос на лекциях, практических и семинарских занятиях;
- проверка выполнения письменных домашних заданий;
- тестирование (письменное или компьютерное);
- контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме).

Другие виды текущего контроля знаний, представлены в Фонде оценочных средств дисциплины «Управление общественными отношениями»

### 5.2. ФОС итогового контроля

#### 5.2 А – «Зачёт»

##### Критерии проставления зачета по дисциплине.

Оценка «Зачтено» по дисциплине «Управление общественными отношениями» выставляется по итогам проведенного текущего контроля и при выполнении заданий всех

практических и лекционных занятий, а также самостоятельной работы студентов. Решающим фактором при выставлении зачета является успешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

Оценка «Незачтено» по дисциплине «Управление общественными отношениями» выставляется, если студент не выполняет задания практических и лекционных занятий, а также текущего контроля и самостоятельной работы. Решающим фактором при выставлении оценки «незачтено» является безуспешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

#### **Перечень вопросов для проведения зачёта**

1. ПР: определение, принципы, функции. Коммуникативные проблемы в организациях.
2. ПР как коммуникационный менеджмент.
3. Коммуникативные проблемы власти. Причины отчуждения власти от населения
4. Функции ПР-служб в органах власти.
5. Организационные структуры ПР-служб в органах власти
6. Имидж как явление массового сознания
7. Технология формирования имиджа
8. Персональный имидж
9. Формирование имиджа госслужбы и госслужащего
10. Финансовый ПР: отношения с акционерами.
11. Отношения с деловыми партнерами
12. Инвестиционный ПР
13. Отношения с общественными организациями и политическими партиями
14. Отношения власти и бизнеса
15. Аналитическая деятельность в отношениях со СМИ
16. Пресс-релиз
17. Информационные материалы (жанры) для прессы
18. Функции пресс-службы и пресс-секретаря в органах власти. Государственная информационная политика
19. Пресс-конференция, брифинг
20. Искусство контролируемого доступа во взаимоотношениях со СМИ
21. Внутрикорпоративный ПР
22. Методы анализа в ПР. Функции аналитической службы
23. ПР-кампания: определение, темы
24. Подготовка проекта ПР-кампании.
25. Государственные ПР-кампании
26. Рекламные технологии в деятельности ПР-служб в органах власти
27. Избирательная кампания: определение, цели, социально-психологический контекст. Виды избирательных кампаний.
28. Функции избирательного штаба. Диагностика избирательного округа.
29. Формирование концепции избирательной кампании.
30. Рекламные и ПР-средства избирательной кампании
31. Приемы «черного» ПР
32. Организационные документы в деятельности ПР-службы
33. Документация в ПР-кампании
34. Кризисный ПР.

#### **5.2.Б. «Экзамен» - «Не предусмотрен»**

### **6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.**

**6.1. Рекомендуемая литература.****6.1.1. Основная литература.**

№ п/п	Автор	Заглавие	Гриф издания	Издательство	Год издания	Кол-во экз. в библи.
1.	Федулов, Ю. К.	Управление общественными отношениями [электронный ресурс]: Учеб. пособие / Федулов, Воскресенская, Жестерева и др Режим доступа: <a href="http://znanium.com/go.php?id=109784">http://znanium.com/go.php?id=109784</a> >.	Без грифа	Москва: Вузовский учебник	2006	-
2.	Гурьев, Д. Д.	Управление общественными отношениями: учебно-методическое пособие [электронный ресурс]: Режим доступа: <a href="http://znanium.com/go.php?id=504597">http://znanium.com/go.php?id=504597</a> >.	Без грифа	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М"	2015	-

**6.1.2. Дополнительная литература.**

№ п/п	Автор	Заглавие	Издательство	Год издания
1	Чумиков А.Н.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций.	Москва : ИНФРА-М	2013
2	Варакута, С.А.	Связи с общественностью	М. : ИНФРА-М,	2012
3	Тимофеев, М. И.	Связи с общественностью (публич рилейшнз) [электронный ресурс] Режим доступа: <a href="http://znanium.com/go.php?id=115338">http://znanium.com/go.php?id=115338</a>	Москва : Издательский Дом "РИОР",	2006
4	журнал	Связи с общественностью в государственных структурах	Издательский дом "Имидж-Медиа"	

**6.1.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

№	Автор	Заглавие	Издательс	Год издания
---	-------	----------	-----------	-------------

п/п			ТВО	
1.	-	-	-	-

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://znanium.com> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
2. <http://e.lanbook.com> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
3. [www.prospektnauki.ru](http://www.prospektnauki.ru) – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
4. <http://rucont.ru/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
5. <http://www.cnsnb.ru/terminal/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
6. [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru) – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
7. <http://archive.neicon.ru/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
8. <https://нэб.рф/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I

### 6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

#### 6.3.1. Компьютерные обучающие и контролирующие программы

№ п/п	Вид учебного занятия	Наименование программного обеспечения	Функция программного обеспечения		
			контроль	моделирующая	обучающая
1	семинар	AST	+	-	-
		Microsoft Windows 7 Prof Adobe Reader	-	-	+
2	лекция	Microsoft Windows 7 Prof	-	+	+

#### 6.3.2. Аудио- и видео- пособия – «Не предусмотрены».

#### 6.3.3. Компьютерные презентации учебных курсов.

№ п/п	Тема лекции-презентации	Объем времени
1.	Общественные отношения и управление	2
2.	PR как наука	2
3.	Коммуникации и управление	2
4.	Информационные процессы в обществе и управление	2
5.	Общественное мнение в государственном муниципальном управлении	2
6.	Имидж и бренд	2

**7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения занятий	Перечень основного оборудования, приборов и материалов
1.	Учебные аудитории лекционного типа	ауд. 216, 222 с мульти-медийным оборудованием
2	Учебные аудитории для семинара	ауд.148 (учебно-методическая литература)
3	Учебные аудитории для индивидуального и группового консультирования	ауд. 177А психолого-педагогический кабинет (учебно-методическая литература)
4	Учебные аудитории текущего и контроля и промежуточной аттестации	115, 116, 219, 120 (компьютерные классы с выходом в интернет)
5	Учебные аудитории для СРС	читальные залы библиотеки ВГАУ (имеются компьютеры с выходом в сеть интернет)
6	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.	ауд. 177 <sup>а</sup> лаборантская







