

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет»

Кафедра социальной работы
и государственного и муниципального управления

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ»**

**для студентов, обучающихся по направлению 081100.62
«Государственное и муниципальное управление»**

Комсомольск-на-Амуре 2014

УДК 659.4 (075.8)

Методические указания по дисциплине «Управление общественными отношениями» для студентов, обучающихся по направлению 081100.62 «Государственное и муниципальное управление» / сост. Л. В. Афанасьева. - Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2014. - 23 с.

В методических указаниях рассмотрена структура практических занятий, для каждой темы приведен список основной литературы. Предложена примерная тематика и требования к подготовке рефератов.

Предназначены для студентов, обучающихся по направлению 081100.62 «Государственное и муниципальное управление».

Печатается по постановлению редакционно-издательского совета ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет».

Рецензент О. А. Кузьмина
Редактор

Подписано в печать

Формат

Усл. печ. л.

Редакционно-издательский отдел Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет». 681013, Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27.

Полиграфическая лаборатория Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет». 681013, Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27.

ВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Управление общественными отношениями» предназначена для студентов, обучающихся по направлению 081100.62 «Государственное и муниципальное управление» на четвертом курсе. Ее изучение продолжается один семестр и завершается зачетом.

Необходимость ее введения в учебный план подготовки бакалавров можно выразить словами В. Соловьева: «Публика сама не мыслит, также как она сама не шьет себе сапоги и не печет хлебов. И в умственном, и в материальном отношении она живет на всем готовом, и ее готовые мысли только способствуют ее чувству довольства, именно потому, что они не возбуждают в ней беспокойных вопросов». Это делает особо востребованным у будущих чиновников государственной службы знания об основах управления общественными отношениями, в том числе управления общественным мнением.

Целью изучения дисциплины является получение студентами теоретических знаний и развитие практических навыков, необходимых для эффективного управления процессами и отношениями, развивающимися в обществе (то есть – общественными отношениями).

Достижение этой цели предполагает решение следующих **задач**:

- представить основные понятия и положения дисциплины;
- дать представление о принципах и технологиях взаимодействия с различными аудиториями;
- изучить процесс коммуникации и способы управления им;
- рассмотреть специфику различных групп общественности (в сфере власти, коммерции и пр.) и их способы воздействия;
- определить суть общественного мнения, правила его формирования и управления;
- изучить возможности использования СМИ при управлении общественными отношениями;
- определить этические и правовые основы взаимодействия с общественностью.

Изучение дисциплины поделено на 5 разделов:

- 1) сущность деятельности по управлению общественными отношениями;
- 2) управление отдельными составляющими общественных отношений;
- 3) управление общественными отношениями в отдельных сферах – занимает 18,5 часа;
- 4) управление общественным мнением;
- 5) общественные отношения и взаимодействие с прессой.

Содержание каждого раздела приведено в таблице 1.

Таблица 1 - Структура и содержание дисциплины
«Управление общественными отношениями»

Наименования разделов	Содержание разделов	Трудоемкость (акад. часы)	
		работа в аудитории	самостоятельная работа
1	2	3	4
1 Сущность деятельности по управлению общественными отношениями	1.1 Основные понятия дисциплины «Управление общественными отношениями»	2	7,5
	1.2 История развития управления общественными отношениями	2	
	1.3 Сущность и основные правила управления общественными отношениями (PR)	2	
	1.4 Профессиональные организации в сфере управления общественными отношениями	2	
2 Управление отдельными составляющими общественных отношений	2.1 Информация, информационные процессы и коммуникации в управлении общественными отношениями	2	9
	2.2 Механизм управления информацией и приемы убеждения	2	
	2.3 Феномен слухов, черный PR и позитивный имидж	4	
	2.4 Защита чести, достоинства и деловой репутации	2	
3 Управление общественными отношениями в отдельных сферах	3.1 PR органов государственной власти и силовых структур	2	10,5
	3.2 PR в условиях кризиса и чрезвычайных ситуаций	2	
	3.3 Управление общественными отношениями в бизнесе и некоммерческих организациях	4	
4 Управление общественным мнением	4.1 Понятие «общественность» и оценка эффективности взаимодействия с ней	4	9,5
	4.2 Общественное мнение, законы его формирования	4	
	4.3 Социологические исследования общественного мнения	2	
5 Общественные отношения и взаимодействие с прессой (PR и СМИ)	5.1 Возможности СМИ в управлении общественными отношениями	2	
	5.1 Возможности СМИ в управлении общественными отношениями	2	

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4
	5.2 Инструменты и правовая база взаимодействия со МСИ	4	17,5
	5.3 Организация пресс-конференций и брифингов	4	
	5.4 Составление PR-текстов разных жанров и подготовка пресс-релизов	4	
	5.5 Основные жанры журналистики и управление общественными отношениями	2	
	5.6 Правовые и этические основы управления общественными отношениями	2	

1 ТЕМАТИКА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

В процессе изучения дисциплины учебным планом предусмотрены практические занятия объемом 36 академических часов. Они могут проводиться в форме семинаров, упражнений, деловых игр и др. форм организации учебных занятий (в т.ч. и нетрадиционных). Занятия предназначены для успешной реализации практических знаний. График их проведения представлен в таблице 2.

Таблица 2 - Программа практических занятий по дисциплине «Управление общественными отношениями»

Тематика практических занятий	Количество академических часов
1	2
1 Основные понятия дисциплины «Управление общественными отношениями»	2
2 История развития управления общественными отношениями	2
3 Профессиональные организации в сфере управления общественными отношениями	2
4 Механизм управления информацией и приемы убеждения	2
5 Профилактика слухов и методы противодействия черному PR	2
6 Защита чести, достоинства и деловой репутации	2
7 PR органов государственной власти и силовых структур	2
8 Управление общественными отношениями в условиях кризиса и чрезвычайных ситуаций	2
9 Управление общественными отношениями в коммерческом секторе	2
10 Общественность и оценка эффективности взаимодействия с ней	2
11 Формирование общественного мнения	2

Продолжение таблицы 2

1	4
12 Социологические исследования общественного мнения	2
13 Инструменты взаимодействия со СМИ	2
14 Правовая и этическая база взаимодействия со СМИ	2
15 Организация пресс-конференций	2
16 Составление PR-текстов разных жанров	4
Итого по дисциплине в целом	36

2 ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**Тема 1 Основные понятия дисциплины «Управление общественными отношениями»**

Определение термина «общественные отношения».

Содержание и уровни общественных отношений.

Виды и функции общественных отношений.

Соотношение терминов «управление общественными отношениями», «связи с общественностью», «PR».

Подходы к определению PR (альтруистический, компромиссный и пр.).

Сравнение PR и пропаганды.

Отличие PR от лоббизма и advocacy.

Общее и различное между рекламой, журналистикой и связями с общественностью.

Основные функции и модели PR - деятельности

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Бузни, Е. Н. История связей с общественностью [Электронный ресурс] / Е. Н. Бузни. - М. : Вузовский учебник : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

2. Капитонов, Э. А. Управление общественными отношениями / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. – М. : Дашков и К°, Ростов-на-Дону : Академ-центр, 2009. – 368 с.

3. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – СПб. : Питер, 2011. – 384 с.

4. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом [Электронный ресурс] / В. М. Маслова. - М. : Вузовский учебник, 2008.

- 207 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

5. Управление общественными отношениями / под общ. Ред. В. С. Комаровского. – М. : издательство РАГС, 2009. – 352 с.

6. Федулов, Ю. К. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс] / Ю. К. Федулов, Н. О. Воскресенская, А. А. Давыдова и др.; под ред. Ю. К. Федулова. - М. : Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2011. - 153 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

Тема 2

История развития управления общественными отношениями

Предпосылки появления PR.

История развития PR в США (С. Адамс, А. Ли, Э. Бернайс, Ф. Рувельт и пр.).

Общественные отношения в Европе:

- Великобритания,
- Франция,
- Германия.

История российских PR.

Отечественные и зарубежные награды в сфере PR.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Баранов, Д. Е. PR: теория и практика [Электронный ресурс] / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко и др.; под ред. М. А. Лукашенко. - М. : Синергия, 2013. - 352 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

2. Бузни, Е. Н. История связей с общественностью [Электронный ресурс] / Е.Н. Бузни. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

3. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом [Электронный ресурс] / В. М. Маслова. - М. : Вузовский учебник, 2008. - 207 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

4. Управление общественными отношениями / под общ. Ред. В. С. Комаровского. – М. : издательство РАГС, 2009. – 352 с.

5. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] / Ф. И. Шарков. - М. : Дашков и К, 2012. - 332 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

Тема 3

Профессиональные организации в сфере управления общественными отношениями

Профессиональная компетентность в сфере PR
 Американское общество паблик рилейшнз (PRSA).
 Канадское общество паблик рилейшнз (CPRS).
 Институт паблик рилейшнз Великобритании (IPR).
 Международная ассоциация паблик рилейшнз (IPRA).
 Европейская конфедерация по связям с общественностью (CERP).
 Российская Ассоциация по связям с общественностью.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Бузни, Е. Н. История связей с общественностью [Электронный ресурс] / Е.Н. Бузни. - М. : Вузовский учебник : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
2. Варакута, С. А. Связи с общественностью [Электронный ресурс] / С. А. Варакута. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 207 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
3. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом [Электронный ресурс] / В. М. Маслова. - М. : Вузовский учебник, 2008. - 207 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
4. Паблик рилейшнз : Толковый словарь [Электронный ресурс] / Авт. - сост. И. М. Синяева. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. - 200 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
5. Федулов, Ю. К. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс] / Ю. К. Федулов, Н. О. Воскресенская, А. А. Давыдова и др.; под ред. Ю. К. Федулова. - М. : Вузовский учебник : НИЦ ИНФРА-М, 2011. - 153 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

Тема 4

Механизм управления информацией и приемы убеждения

Формирование собственного информационного потока.

Сегментирование информационного потока.

Приемы работы с информацией.

Манипулирование информацией.

Приоритетная поставка информации и информационное партнерство.

Убедительное выступление, его основные характеристики.

Виды убеждений.

Рефрейминг, его примеры.

Приемы воздействия на эмоции людей.

Приемы привлечения внимания аудитории.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Буторина, Е. П. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] / Е. П. Буторина, С. М. Евграфова. - М.: Форум, 2009. - 295 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014).

2. Бэндлер, Р. Рефрейминг. Ориентация личности с помощью речевых стратегий / Р. Бэндлер, Гриндер, Дж.; пер. с англ. И. М. Ребейко. – Воронеж : МОДЭК, 2000. – 256 с.

3. Введенский, Л. А. Риторика и культура речи / Л. А. Введенский, Л. Г. Павлова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2003. – 544 с.

4. Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2000. – 448 с.

5. Ивин, А. А. Риторика : искусство убеждать / А. А. Ивин. – М. : ФАИР – ПРЕСС, 2003. – 304 с.

6. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений [Электронный ресурс] / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 424 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014).

7. Ореховская, Н. А. PR в сфере социальной коммуникации [Электронный ресурс] / Н.А. Ореховская. - М. : Альфа-М, 2013. - 198 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

Тема 5

Профилактика слухов и методы противодействия черному PR

Возникновение и искажение слухов.

Слухоустойчивая среда и ее основные характеристики.
 Прямое выделение и опровержение слуха.
 Подкрепление слуха с коррекцией содержания.
 Иные приемы пресечения циркулирующих слухов.
 Информационные ниши и их оперативное заполнение.
 Основные принципы и виды атак в черном PR.
 Методы противодействия профессиональным информационным атакам.
 Варианты действий при непрофессиональных PR-кампаниях.
 Методы борьбы со спонтанными информационными атаками.
 Противодействие атакам, поддержанным заинтересованными лицами.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Марьин, М. И. Психологическое обеспечение антитеррористической деятельности / М. И. Марьин, Ю. Г. Касперович. – М. : Академия, 2007. – 208 с.
2. Назаретян, А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи : Лекции по социальной и политической психологии/ А. П. Назаретян. - СПб. : Питер, 2004. – 190 с.
3. Управление PR : инструменты руководителя [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М. : РАВНОВЕСИЕ, 2004. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Загл. с экрана.
4. Федулов, Ю. К. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс] / Ю. К. Федулов, Н. О. Воскресенская, А. А. Давыдова и др.; под ред. Ю. К. Федулова. - М. : Вузовский учебник : НИЦ ИНФРА-М, 2011. - 153 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
5. Шарков, Ф. И. Коммуникология : Энциклопедический словарь - справочник [Электронный ресурс] / Ф. И. Шарков. - М. : Дашков и К, 2013. - 768 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
6. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] / Ф. И. Шарков. - М. : Дашков и К, 2012. - 332 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

Тема 6

Защита чести, достоинства и деловой репутации

Определение терминов честь, достоинства, деловая репутация.

Сведения, задевающие честь или деловую репутацию, и их распространение.

Диффамация.

Клевета и оскорбление.

Судебный путь защиты чести, достоинства и деловой репутации.

Внесудебный путь защиты чести, достоинства и деловой репутации через СМИ.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Капицын, В. М. Права человека и механизмы их защиты [Электронный ресурс] / В. М. Капицын. - М. : ЭКМОС, 2003. - 288 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

2. Кобликов, А. С. Юридическая этика [Электронный ресурс] / А. С. Кобликов. - М. : Норма : НИЦ Инфра-М, 2012. - 176 с. Кобликов А. С. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

3. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации (постатейный) [Электронный ресурс] / под ред. проф. А. И. Чучаева. - М. : КОНТРАКТ, 2012. - 624 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

4. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – СПб. : Питер, 2011. – 384 с.

5. Уголовное право России. Общая и Особенная части / под ред. В. К. Дуюнова. - М. : ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2012. - 681 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

Тема 7

PR органов государственной власти и силовых структур

Направления деятельности служб по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления.

Структуры, занимающиеся связями с общественностью в государственных службах, и их функции.

PR органов местной власти.

Цель и задачи PR-служб силовых структур.

Приемы и тактики работы силовых PR.

Политический маркетинг.

Лоббизм в структуре политической сферы общества.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Гнетнев, А. И. Современная пресс-служба / А. И. Гнетнев, М. С. Филь. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 414 с.
2. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс] / А.А. Марков. - М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
3. Политология / под ред. А. Г. Грязновой. – М. : Инфра-М, 2010. – 396 с.
4. Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением / Г. Г. Почепцов. - М. : Центр, 2004. - 336 с.
5. Управление общественными отношениями / под общ. ред. В. С. Комаровского. – М. : издательство РАГС, 2009. – 352 с.
6. Чумиков, А. Н. Государственный PR : связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Электронный ресурс] / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 329 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

Тема 8

Управление общественными отношениями в условиях кризиса и чрезвычайных ситуаций

- Понятие и сущность риска.
- Виды рисков.
- Кризисы и возможные сценарии их развития.
- Этапы подготовки антикризисного плана.
- Освещение кризиса в СМИ.
- Определение и виды чрезвычайных ситуаций.
- Связи с общественностью в условиях чрезвычайных ситуаций природного характера.
- Управление общественными отношениями в условиях техногенных и антропогенных катастроф.
- PR-сопровождение переговорного процесса.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Василенко, И. А. Политические переговоры [Электронный ресурс] / И. А. Василенко. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 396 с. // ZNANIUM.COM :

электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znaniium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

2. Козырев, Г. И. Политология / Г. И. Козырев. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2009. – 368 с.

3. Маркетинг PR и рекламы / под ред. И. М. Синяевой. – М. ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 495 с.

7. О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера [Электронный ресурс]. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 23 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znaniium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

4. Улмер, Р. Эффективная кризисная коммуникация / Р. Улмер, Т. Селлнау, М. Сиджер; пер. с англ. – Харьков : издательство Гуманитарный центр, 2011. – 268 с.

5. Чумиков, А. Н. Актуальные связи с общественностью : сфера, генезис, технологии, области применения / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Высшее образование, Юрайт – Издат, 2009. – 721 с.

6. Чумиков, А. Н. Антикризисные коммуникации / А. Н. Чумиков. – М. : Аспект-Пресс, 2013. – 172 с.

Тема 9

Управление общественными отношениями в коммерческом секторе

Основные задачи PR в бизнесе.

Направления PR-деятельности в корпорациях.

PR-предприятий, выступающих на бирже.

Проблемы профессиональной этики в бизнес - PR.

Лоббирование бизнес-проектов.

Корпоративная благотворительность.

Цели деятельности по связям с общественностью в некоммерческих организациях.

Специфика PR-деятельности в сфере культуры.

Сбор пожертвований и фандрайзинг.

Методы обращений с просьбой о финансировании.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. PR : Современные технологии / под ред. Л. В. Володиной. – СПб. : ИВЭСЭП, Знание, 2008. – 263 с.

2. Артемьева, Т. В. Фандрайзинг : привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Лань, ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2010. – 288 с.

3. Загородников, А. Н. Управление общественными связями в бизнесе / А. Н. Загородников. – М. КНОРУС, 2011. – 288 с.
4. Интегрированные маркетинговые коммуникации / под ред. И. М. Синяевой. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2012. – 504 с.
5. Маркетинг PR и рекламы / под ред. И. М. Синяевой. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2011. – 495 с.
6. PR в сфере коммерции [Электронный ресурс] / под ред. проф. И. М. Синяевой - М. : Вузовский учебник : НИЦ Инфра-М, 2013. – 298 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

Тема 10

Общественность и оценка эффективности взаимодействия с ней

- Подходы к определению термина «общественность».
- Типология групп общественности.
- Проблема сегментации общественности.
- Принципы, цели, этапы измерения эффективности взаимодействия с общественностью.
- Модели исследования PR-эффективности.
- Индекс приоритетности значения групп общественности для организации.
- Экономическая оценка PR-проектов.
- Прямые и косвенные способы измерения изменений.
- Качественный подход к оценке PR-деятельности и Минимальные стандарты качества.
- Психологическая эффективность применения PR.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Абрамов, Р. Н. Связи с общественностью / Р. Н. Абрамов, Э. В. Кондратьев. – М. : КНОРУС, 2012. – 272 с.
2. Баранов, Д. Е. PR: теория и практика [Электронный ресурс] : / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко и др.; под ред. М. А. Лукашенко. - М. : Синергия, 2013. - 352 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
3. Костина, А. В. Основы рекламы / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин. – М. : КНОРУС, 2010. – 400 с.
4. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – СПб. : Питер, 2011. – 384 с.

5. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом [Электронный ресурс] / В. М. Маслова. - М. : Вузовский учебник, 2008. - 207 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

6. Чумиков, А. Н. Актуальные связи с общественностью : сфера, генезис, технологии, области применения / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Высшее образование, Юрайт – Издат, 2009. – 721 с.

Тема 11

Формирование общественного мнения

Определение термина общественное мнение.

Признаки и свойства общественного мнения.

Функции и каналы выражения общественного мнения.

Правила и законы влияния на общественное мнение.

Этапы формирования мнения.

Приемы и методы формирования мнения.

Манипулирование общественным мнением.

Использование возможностей СМИ при осуществлении воздействия на общественное мнение.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Капитонов, Э. А. Управление общественными отношениями / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. – М. : Дашков и К°, Ростов-на-Дону : Академ-центр, 2009. – 368 с.

2. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения [Электронный ресурс] / Г. И. Козырев. - М. : ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

3. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – СПб. : Питер, 2011. – 384 с.

4. Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением / Г. Г. Почепцов. - М. : Центр, 2004. - 336 с.

5. Социология / под ред. В. К. Батурина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 487 с.

6. Тощенко, Ж. Т. Политическая социология [Электронный ресурс] / под ред. Ж. Т. Тощенко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 496 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

Тема 12

Социологические исследования общественного мнения

Определение и виды исследований общественного мнения.
 Описательные исследования общественного мнения.
 Проблемные исследования общественного мнения.
 Принципы осуществления социологического исследования.
 Выборка и методы ее формирования.
 Правила построения анкет.
 Технология проведения анкетирования.
 Технология опроса респондентов.
 Анализ и представление результатов социологического исследования.
 Использование результатов социологических исследований в управлении общественными отношениями.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Кочеткова, А. В. Теория и практика связей с общественностью / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов .- СПб. : Питер, 2010. – 240 с.
2. Мумладзе, Р. Г. Экономика и социология труда / Р. Г. Мумладзе, Г. Н. Гужина. – М. : КНОРУС, 2009. – 328 с.
3. Шляпентох, В. Э. Проблемы качества социологической информации : достоверность, репрезентативность, прогностический потенциал / В. Э. Шляпентох. – М. : ЦСП, 2006. – 664 с.
4. Шарков, В. И. Политический консалтинг (специализация курса «Консалтинг в связях с общественностью») / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К°, 2006. – 460 с.
5. Социология. Основы общей теории [Электронный ресурс] / отв. ред. Г. В. Осипов, Л. Н. Москвичев. - М. : НОРМА, 2008. - 912 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

Тема 13

Инструменты взаимодействия со СМИ

Виды СМИ, их функции.
 Потребности СМИ.
 Программа взаимодействий со СМИ.
 Принципы работы со СМИ
 Организационные формы отношений с прессой.
 Мероприятия, направленные на установление отношений со СМИ.

Формы и методы работы пресс-службы со СМИ.
Интернет как особая сфера коммуникации и виртуальный PR.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Бриггз, А. Медиа. Введение [Электронный ресурс] / А. Бриггз; под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. Ю. В. Никуличева. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 550 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
2. Гнетнев, А. И. Современная пресс-служба / А. И. Гнетнев, М. С, Филь. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 414 с.
3. Кочеткова, А. В. Теория и практика связей с общественностью / А. В, Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов .- СПб. : Питер, 2010. – 240 с.
4. Мандель, Б. Р. PR : методы работы со средствами массовой информации [Электронный ресурс] / Б. Р. Мандель. – М : Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 205 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
5. Уилкос, Д. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ / Д. Уилкос. – М. : ИМИДЖ-Контакт : ИНФРА-М, 2004. – 761 с.
6. Чумиков, А. Н. Актуальные связи с общественностью : сфера, генезис, технологии, области применения / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Высшее образование, Юрайт- Издат, 2009. – 721 с.

Тема 14

Правовая и этическая база взаимодействия со СМИ

Нормы международного права о связях с общественностью.
Российское законодательство о PR-деятельности:
- федеральный закон «О рекламе»;
- федеральный закон «О средствах массовой информации»;
- федеральный закон «Об авторском праве и смежных правах» и пр.
Кодекс профессионального поведения и этики международной ассоциации PR (IPRA);
Афинский кодекс (CERP);
Кодекс профессионального поведения института PR (IPR);
Европейский кодекс профессионального поведения в области PR (Лиссабонский кодекс);

Международный кодекс рекламной практики.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью [Электронный ресурс] / С. А. Варакута. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 207 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
2. Иванова, К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова. – СПб. : Питер, 2010. – 176 с.
3. Кочеткова, А. В. Теория и практика связей с общественностью / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов . - СПб. : Питер, 2010. – 240 с.
4. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом [Электронный ресурс] / В. М. Маслова. - М. : Вузовский учебник, 2008. - 207 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)
5. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженков, В. Г. Шахурин. – М. – Дашков и К°, 2011. – 548 с.
6. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс] / Ф. И. Шарков. - М. : Дашков и К, 2012. - 336 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

Тема 15

Организация пресс-конференций

Определение термина «пресс-конференция», его отличия от термина «брифинг».

Виды пресс-конференций.

Особенности проведения пресс-конференций для представителей разных СМИ (радио, телевидение, печатные издания).

Планирование пресс-конференции.

Последовательность ее проведения.

Пресс - пакеты и другие информационные материалы.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью [Электронный ресурс] / С. А. Варакута. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 207 с. // ZNANIUM.COM : элек-

тронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znaniium.com/catalog.php#> (13.11.2014)

2. Гойхман, О. Я. Организация и проведение мероприятий [Электронный ресурс] / О. Я. Гойхман. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 136 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znaniium.com/catalog.php#> (13.11.2014).

3. Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз [Электронный ресурс] / М. В. Гундарин. - М. : Форум, 2011. - 312 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znaniium.com/catalog.php#> (13.11.2014).

4. Кочеткова, А. В. Теория и практика связей с общественностью / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов .- СПб. : Питер, 2010. – 240 с.

5. Чумиков, А. Н. Актуальные связи с общественностью : сфера, генезис, технологии, области применения / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Высшее образование, Юрайт – Издат, 2009. – 721 с.

Тема 16

Составление PR-текстов разных жанров

Виды PR-материалов:

- контролируемые организацией;
- неконтролируемые организацией (для внешней и внутренней аудиторий)⁰⁴

- тексты для распространения в СМИ;

- тексты для непосредственной публикации в СМИ.

Жанры PR-текстов.

Принципы создания PR-текстов.

Технология составления PR-текста.

Требования к подготовке PR-текстов.

Подготовка пресс-релизов.

Литература, рекомендуемая для подготовки к занятию:

1. Буторина, Е. П. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс] / Е. П. Буторина, С. М. Евграфова. - М.: Форум, 2009. - 295 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znaniium.com/catalog.php#> (13.11.2014).

2. Ворошилов, В. В. Журналистика / В. В. Ворошилов. – М. : КНОРУС, 2009 .- 496 с.

3. Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз [Электронный ресурс] / М. В. Гундарин. - М. :

Форум, 2011. - 312 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа : <http://www.znanium.com/catalog.php#> (13.11.2014).

4. Иванова, К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова. – СПб. : Питер, 2010. – 176 с.

5. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – СПб. : Питер, 2011. – 384 с.

6. Чумиков, А. Н. Актуальные связи с общественностью : сфера, генезис, технологии, области применения / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Высшее образование, Юрайт – Издат, 2009. – 721 с.

3 ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА И ТРЕБОВАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ РЕФЕРАТОВ

При изучении дисциплины «Управление общественными отношениями» планом предусмотрена подготовка и защита реферата.

Он готовится студентом самостоятельно вне учебных занятий и состоит из следующих разделов:

- титульный лист;
- содержание;
- основной текст, логично разделенный на пункты;
- список использованных источников – их общее количество должно быть не менее 5.

Наличие в работе приложений не является обязательным. Они могут быть приведены после списка использованных источников при необходимости и по желанию студента.

При подготовке реферата рекомендуется обратить внимание на следующие моменты, повышающие оценку за нее:

- наличие в тексте указаний на цель, задачи, объект и предмет работы;
- их соответствие заявленной теме;
- соответствие сформулированных задач пунктам содержания;
- использование в работе современных статистических данных, с указанием тех источников, из которых они заимствованы;
- использование книг и журналов, изданных в течение последних трех лет;
- наличие в работе выводов, позволяющих оценить степень достижения поставленной цели и задач;
- наличие в заключительной части рекомендаций по совершенствованию работы в выбранном направлении.

Примерная тематика рефератов

1. PR - подразделения в некоммерческих структурах.
2. PR-подразделения в органах государственной власти.
3. Технология организации и проведения брифинга.
4. Технология организации и проведения пресс - конференции.
5. Возможности оказать влияние на депутата.
6. Назначение государственной PR – службы и ее структура.
7. Деятельность PR-службы, работающей с предприятием, готовящим биржевую эмиссию.
8. Правовые основы лоббирования в разных странах (Европе, Северной Америке и пр. странах – на выбор студента).
9. Непосредственное лоббирование.
10. Типы исследований общественного мнения.
11. Типология общественности в сфере PR.
12. Обязательства государства по обеспечению предвыборной агитации.
13. Ограничения свободы предвыборной агитации (например, по субъектам или по содержанию).
14. Опосредованное лоббирование.
15. Ответственность за нарушение законодательства о предвыборной агитации.
16. PR - кампании некоммерческих организаций.
17. Целевые группы общественности.
18. Поиск спонсоров некоммерческими организациями.
19. Правительственные PR - программы и Public Affairs.
20. Правовые основы взаимоотношений органов местного самоуправления со СМИ.
21. Пресс-релизы и информационные пакеты.
22. Приемы убеждения.
23. Службы по связям с общественностью в финансовой сфере.
24. Социальные PR-технологии (спонсорство, благотворительность, меценатство, патронаж).
25. Специализированная PR-фирма.
26. Создание и поддержание имиджа и репутации.
27. Стратегии работы служб по связям с общественностью в кризисных ситуациях.
28. Судебный путь защиты репутации.
29. Подходы к определению термина «Управление общественными отношениями».
30. Факторы возникновения и распространения слухов.
31. Феномен слухов.

32. Формирование информационного потока.
33. Этические основы ПР.

Общий объем реферата может колебаться от 15 до 25 страниц печатного текста. Готовить работу большего объема не рекомендуется (она будет возвращена на доработку – так формируется способность студента четко и лаконично формулировать свои мысли и таким же образом пересказывать идеи других исследователей). Темы работ не должны повторяться. Недопустим выбор одной темы несколькими студентами, а также совместная подготовка ими одной работы. Рукописные варианты работ не принимаются. Чистовой вариант следует выполнять в строгом соответствии с требованиями Руководящего нормативного документа к оформлению текстовых студенческих работ, действующего в университете. Это означает, что текст должен быть напечатан с используемый шрифта Times New Roman, 14 кеглем, интервал 1,5. Параметры страницы: верхнее и нижнее поле - 2 см, левое - 3 см, правое - 1 см., страницы нумеруются. Полный перечень требований к оформлению представлен в РД ФГБОУ ВПО «КнАГТУ».

После проверки и при необходимости работа дорабатывается студентом, а после защищается публично, в присутствии преподавателя.

При изучении дисциплины целесообразно использование таких программных продуктов нормативно-справочного характера, как:

- Консультант плюс (<http://www.consultant.ru>);
- Гарант (<http://www.garant.park.ru>);
- Кодекс (<http://www.kodeks.net>).

Например, для теоретической подготовки и самостоятельной работы, при подготовке реферата студентам могут понадобиться следующие нормативно-правовые документы:

1. О государственной тайне: Закон Российской Федерации от 21.07.1993 г. № 5485 - 1.
2. О комиссиях по соблюдению требований к служебному поведению государственных гражданских служащих Российской Федерации и урегулированию конфликта интересов: Указ Президента Российской Федерации от 03.03. 2007 г. № 269.
3. О коммерческой тайне: Федеральный закон Российской Федерации от 29.07.2004 г. № 98-ФЗ.
4. О рекламе: Федеральный закон Российской Федерации от 13.03. 2006 г. № 38-ФЗ.
5. О средствах массовой информации: Закон Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 2124-1.

6. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный Закон Российской Федерации от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ.

7. Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих: Указ Президента Российской Федерации от 12.08.2002 г. № 885.

8. Об утверждении перечня сведений Конфиденциального характера: Указ Президента Российской Федерации от 06.03.1997 г. № 188.

9. Об участии в международном информационном обмене: Федеральный закон Российской Федерации от 04.07.1996 г. № 85-ФЗ.

При подготовке к практическим занятиям, самостоятельном изучении теоретических разделов дисциплины и написании реферата студенты могут использовать Интернет-ресурсы (с **обязательной** ссылкой на используемые электронные источники):

- <http://www.znanium.com> - электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM;

- <http://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека:

- <http://www.ecsocman.edu.ru> – Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»;

- <http://www.aup.ru> – Административно - управленческий портал;

- <http://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека eLibrary.ru;

- <http://www.raso.ru> - Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО);

- <http://www.sbj.ac.at/cerp> - Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP);

- <http://www.ipranet.ru> - Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA);

- <http://www.akos.newmail.ru> – Ассоциация компаний консультантов области общественных связей (АКОС);

- <http://www.marrtex.co.uk/prca> - Международный Комитет Ассоциаций компаний – консультантов в области связей с общественностью (ICCO);

- www.prsa.org - Американское общество по связям с общественностью (PRSA);

- <http://inion.ru> - Институт научной информации по общественным наукам;

- <http://www.ispr.ras.ru> - Институт социально-политических исследований;

- <http://www.wciom.ru> - Всероссийский центр изучения общественного мнения;

- <http://www.isn.ru> - Российская сеть информационного общества.