Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского федерального университета
Дата подписания: 25.04.2024 09:10:58
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

по дисциплине «Связи с общественностью»
для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Направленность (профиль) «Управление бизнесом»

Пятигорск
2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ....3

Практические занятие № 1 4

Тема 1. Public Relations как наука об управлении общественным мнением 4

Практическое занятие № 2 5

Тема 2. Коммуникационные основы Public Relations....5

Практическое занятие № 3 7

Тема 3. Функции служб и специалистов по связям с общественностью....7

Практическое занятие № 4 8

Тема 4. Базовые документы по PR 8

Практическое занятие № 5 11

Тема 5. Технологии Public Relations....11

Практическое занятие № 6 12

Тема 6. Взаимодействие со средствами массовой информации....12

Практическое занятие № 7 13

Тема 7. Организация и проведение PR-кампаний....13

Практическое занятие № 8 15

Тема 8. Управление кризисными ситуациями средствами PR 15

ВВЕДЕНИЕ

Целями освоения дисциплины «Связи с общественностью» являются:

раскрыть теоретические основы формирования связей с общественностью в системе государственного управления Российской Федерации;

показать политическую практику взаимодействия общественных организаций с различными социальными группами современного общества;

сформировать базовый понятийный аппарат для осмысления коммуникационных процессов, способов и технологий управления ими в системе государственных и общественных организаций;

дать анализ работы отделов по связям с общественностью в органах государственной власти, общественных и политических организациях;

сформировать у студентов умения находить и четко формулировать ответ на поставленный вопрос – как в устной, так и в письменной форме;

иллюстрировать теоретические положения самостоятельно подобранными примерами из отечественной и зарубежной теории, и практики управления общественными связями и отношениями в политической системе.

Эту цель предполагается достичь при решении следующих основных задач:

ознакомление студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления;

введение в проблематику государственного маркетинга, политической коммуникации, теории социального управления;

сообщение теоретических и фактических знаний, необходимых для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями;

формирование базового понятийного аппарата, необходимого для восприятия и осмысления информационных процессов в органах государственной власти и управления.

Дисциплина Связи с общественностью относится к обязательной части части Блока 1 Дисциплины (модули). Ее освоение приходится на 4 семестр.

Связи с общественностью – это комплексная, прикладная наука об управлении общественным мнением, выстраивание взаимоотношений общества и государственных органов или коммерческих структур, в том числе, для объективного осмысления социальных, политических или экономических процессов.

Субъектами деятельности по связям с общественностью являются те, кто непосредственно ее осуществляют, а именно: специалисты по связям с общественностью, пресс-секретари, пресс-службы, отделы и департаменты по связям с общественностью, различные структурные подразделения, пресс-центры, PR-агентства и пр.

Объектами PR-деятельности являются те, на кого непосредственно направлено PR-воздействие: целевые аудитории, целевые группы, СМИ, общественность и общественное мнение.

Практические занятие № 1
Тема 1. Public Relations как наука об управлении общественным мнением

Цель: формирование представления о деятельности специалиста по связям с общественностью.

Организационная форма: собеседование.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

Знает:

- содержание курса и имеет достаточно полное представление о связях с общественностью в системе органов государственной власти;
- основные способы и средства информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации;
- основные закономерности и базовые технологии формирования общественного мнения.

Умеет:

- строить диалог на основе ценностей гражданского демократического общества;
- представлять результаты своей работы для других специалистов, отстаивать свои позиции в профессиональной среде, находить компромиссные и альтернативные решения;
- использовать способность к восприятию и методическому обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- готовить информационно-методические материалы по вопросам социально-экономического развития общества и деятельности органов власти;
- устанавливать и использовать информационные источники для учета потребностей заинтересованных сторон при планировании деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации;
- анализировать, проектировать и осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;
- общаться четко, сжато, убедительно, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание;
- находить основы для сотрудничества с другими органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, институтами гражданского общества, способностью определять потребности в информации, получать информацию из большого числа источников, оперативно и точно интерпретировать информацию;
- представлять интересы и официальную информацию органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, государственного или муниципального предприятия, учреждения при взаимодействии с иными органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, государственными и муниципальными организациями, предприятиями и учреждениями, политическими партиями, общественно-политическими и некоммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами;
- разрабатывать проекты социальных изменений.

Владеет навыками:

- работы с информационно-коммуникационными технологиями;
- выявления информации, необходимой для принятия решений, при получении "обратной связи" в профессиональной деятельности;
- применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования;
- применения базовых технологий формирования общественного мнения.

Формируемые компетенции: ИД-1 УК-3, ИД-3 ПК – 8
Актуальность темы: обусловлена возрастанием роли связей с общественностью в управлении современной организацией.
Теоретическая часть: Public Relations: основные понятия и определения. Пять основных целей и составляющие PR. Функции Public Relations. Основные направления деятельности по связям с общественностью.
Вопросы и задания: вопросы для собеседования

Базовый уровень	Повышенный уровень
1. Public Relations: основные понятия и определения. 2. Пять основных целей и составляющие PR.	1. Функции Public Relations. 2. Основные направления деятельности по связям с общественностью

Рекомендуемая литература:
Перечень основной литературы:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52573.— ЭБС «IPRbooks»

Перечень дополнительной литературы:

1. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То
2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546

Практическое занятие № 2
Тема 2. Коммуникационные основы Public Relations

Цель: формирование представления о деятельности специалиста по связям с общественностью.
Организационная форма: выполнение проектов.
Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:
Знает:
- содержание курса и имеет достаточно полное представление о связях с общественностью в системе органов государственной власти;
- основные способы и средства информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации;
- основные закономерности и базовые технологии формирования общественного мнения.

Умеет:
- строить диалог на основе ценностей гражданского демократического общества;

- представлять результаты своей работы для других специалистов, отстаивать свои позиции в профессиональной среде, находить компромиссные и альтернативные решения;
- использовать способность к восприятию и методическому обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- готовить информационно-методические материалы по вопросам социально-экономического развития общества и деятельности органов власти;
- устанавливать и использовать информационные источники для учета потребностей заинтересованных сторон при планировании деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации;
- анализировать, проектировать и осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;
- общаться четко, сжато, убедительно, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание;
- находить основы для сотрудничества с другими органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, институтами гражданского общества, способностью определять потребности в информации, получать информацию из большого числа источников, оперативно и точно интерпретировать информацию;
- представлять интересы и официальную информацию органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, государственного или муниципального предприятия, учреждения при взаимодействии с иными органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, государственными и муниципальными организациями, предприятиями и учреждениями, политическими партиями, общественно-политическими и некоммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами;
- разрабатывать проекты социальных изменений.

Владеет: навыками:
- работы с информационно-коммуникационными технологиями;
- выявления информации, необходимой для принятия решений, при получении "обратной связи" в профессиональной деятельности;
- применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования;
- применения базовых технологий формирования общественного мнения.

Формируемые компетенции: ИД-3 ПК – 8

Актуальность темы: обусловлена возрастанием роли связей с общественностью в управлении современной организацией.

Теоретическая часть: Коммуникация: основные понятия и определения. Теория коммуникации. Основные законы коммуникации. Маркетинг и Public Relations. Место связей с общественностью в комплексе маркетинга.

Вопросы и задания: темы презентационных проектов

Базовый уровень	Повышенный уровень
1. Коммуникация: основные понятия и определения. 2. Теория коммуникации. 3. Основные законы коммуникации.	1. Маркетинг и Public Relations. 2. Место связей с общественностью в комплексе маркетинга

Рекомендуемая литература:

Перечень основной литературы:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть

[Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52573.— ЭБС «IPRbooks»

Перечень дополнительной литературы:

1. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То
2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546

Практическое занятие № 3

Тема 3. Функции служб и специалистов по связям с общественностью

Цель: формирование представления о деятельности специалиста по связям с общественностью.

Организационная форма: выполнение проектов.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

Знает:

- основные способы и средства информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации;
- основные закономерности и базовые технологии формирования общественного мнения.

Умеет:

- строить диалог на основе ценностей гражданского демократического общества;
- готовить информационно-методические материалы по вопросам социально-экономического развития общества и деятельности органов власти;
- анализировать, проектировать и осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;
- общаться четко, сжато, убедительно, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание;
- находить основы для сотрудничества с другими органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, институтами гражданского общества, способностью определять потребности в информации, получать информацию из большого числа источников, оперативно и точно интерпретировать информацию;
- разрабатывать проекты социальных изменений.

Формируемые компетенции: ИД-1 УК-3, ИД-3 ПК – 8

Актуальность темы: обусловлена возрастанием роли связей с общественностью в управлении современной организацией.

Теоретическая часть: Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитории, покупатели-потребители, журналисты как ключевая аудитория. Определение понятий «лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов», экономическое, финансовое сообщество, политическая, социо-культурная, клерикальная, профессиональная среда. Основные организационные структуры в СО: независимый

консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая фирма по СО, независимая международная компания, международная сеть агентств. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью. Функции и задачи PR - специалиста в работе с каналами СМИ (media relations). Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ.

Вопросы и задания: темы презентационных проектов

Базовый уровень	Повышенный уровень
1. Основные организационные структуры в СО: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая фирма по СО, независимая международная компания, международная сеть агентств. 2. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.	1. Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ.

Рекомендуемая литература:

Перечень основной литературы:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52573.— ЭБС «IPRbooks»

Перечень дополнительной литературы:

1. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То
2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546

Практическое занятие № 4
Тема 4. Базовые документы по PR

Цель: формирование представления о деятельности специалиста по связям с общественностью.

Организационная форма: собеседование.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

Знает:

- основные способы и средства информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации;

- основные закономерности и базовые технологии формирования общественного мнения.

Умеет:

- готовить информационно-методические материалы по вопросам социально-экономического развития общества и деятельности органов власти;
- устанавливать и использовать информационные источники для учета потребностей заинтересованных сторон при планировании деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации;
- анализировать, проектировать и осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;
- общаться четко, сжато, убедительно, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание;
- представлять интересы и официальную информацию органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, государственного или муниципального предприятия, учреждения при взаимодействии с иными органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, государственными и муниципальными организациями, предприятиями и учреждениями, политическими партиями, общественно-политическими и некоммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами;
- разрабатывать проекты социальных изменений.

Формируемые компетенции: ИД-1 УК-3, ИД-3 ПК – 8

Актуальность темы: обусловлена возрастанием роли связей с общественностью в управлении современной организацией.

Теоретическая часть

Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования; оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный), информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное), информационный бюллетень (newsletter), квартальный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на PR-услуги (PR-brief), биографическая справка, пресс-досье, аналитическая справка, статья опровержение, «красная папка кризисного реагирования («red forlder»)», приглашение на PR-мероприятие, анкета-опросный лист, распечатка баз данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий PR-мероприятия, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи. Имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная (фирменная) многотиражная газета, буклет «профиль фирмы», годовой отчет, письмо к акционерам, история (летопись) фирмы, биография высшего руководства, слайдовый, видеофильм или компьютерная презентация, портфолио. Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете. Служебные PR-документы: PR-brief, распределение обязанностей между клиентом и агентством, постатейная разбивка бюджета. Виды рабочих мероприятий.

Вопросы и задания: вопросы для собеседования.

Базовый уровень	Повышенный уровень
1. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования; оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный,	1. Служебные PR-документы: PR-brief, распределение обязанностей между клиентом и агентством, постатейная разбивка бюджета.

итоговый, корпоративный), информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное), информационный бюллетень (newsletter), квартальный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на PR-услуги (PR-brief), биографическая справка, пресс-досье, аналитическая справка, статья опровержение, «красная папка кризисного реагирования («red forlder»)», приглашение на PR-мероприятие, анкета-опросный лист, распечатка баз данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий PR-мероприятия, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи. Имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная (фирменная) многотиражная газета, буклет «профиль фирмы», годовой отчет, письмо к акционерам, история (летопись) фирмы, биография высшего руководства, слайдовый, видеофильм или компьютерная презентация, портфолио. 2. Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете.	2. Виды рабочих мероприятий.

Рекомендуемая литература:

Перечень основной литературы:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52573.— ЭБС «IPRbooks»

Перечень дополнительной литературы:

1. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То
2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546

Практическое занятие № 5
Тема 5. Технологии Public Relations

Цель: формирование представления о деятельности специалиста по связям с общественностью.

Организационная форма: выполнение презентационных проектов проектов.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

Знает:

- содержание курса и имеет достаточно полное представление о связях с общественностью в системе органов государственной власти;
- основные способы и средства информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации;
- основные закономерности и базовые технологии формирования общественного мнения.

Умеет:

- строить диалог на основе ценностей гражданского демократического общества;
- представлять результаты своей работы для других специалистов, отстаивать свои позиции в профессиональной среде, находить компромиссные и альтернативные решения;
- использовать способность к восприятию и методическому обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- готовить информационно-методические материалы по вопросам социально-экономического развития общества и деятельности органов власти;
- разрабатывать проекты социальных изменений.

Формируемые компетенции: ИД-1 УК-3, ИД-3 ПК – 8

Актуальность темы: обусловлена возрастанием роли связей с общественностью в управлении современной организацией.

Теоретическая часть

Основные средства организации связей с общественностью. Классификация PR-технологий. PR-технологии в информационно-психилогической войне.

Вопросы и задания: темы презентационных проектов

Базовый уровень	Повышенный уровень
1. Основные средства организации связей с общественностью. 2. Классификация PR-технологий.	1. PR-технологии в информационно-психилогической войне

Рекомендуемая литература:

Перечень основной литературы:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52573.— ЭБС «IPRbooks»

Перечень дополнительной литературы:

1. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То
2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. :

Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546

Практическое занятие № 6
Тема 6. Взаимодействие со средствами массовой информации

Цель: формирование представления о деятельности специалиста по связям с общественностью.

Организационная форма: собеседование

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

Знает:

- содержание курса и имеет достаточно полное представление о связях с общественностью в системе органов государственной власти;
- основные способы и средства информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации.

Умеет:

- устанавливать и использовать информационные источники для учета потребностей заинтересованных сторон при планировании деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации;
- анализировать, проектировать и осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;
- общаться четко, сжато, убедительно, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание;
- находить основы для сотрудничества с другими органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, институтами гражданского общества, способностью определять потребности в информации, получать информацию из большого числа источников, оперативно и точно интерпретировать информацию;
- разрабатывать проекты социальных изменений.

Формируемые компетенции: ИД-3 ПК – 8

Актуальность темы: обусловлена возрастанием роли связей с общественностью в управлении современной организацией.

Теоретическая часть

Средства массовой информации - цели, задачи, функции, права и обязанности. Закон РФ «О средствах массовой информации». Основные принципы взаимодействия СМИ с представителями общественности, коммерческими фирмами и компаниями. Зависимость основных направлений маркетинговой деятельности от своевременного информационного обеспечения со стороны институтов СМИ. Пресса, радио, телевидение как важнейшие институты СМИ, их основные направления деятельности, формы и методы. Эволюционные этапы развития российского телевидения. Современные телерадиокомпании, действующие в России в условиях нового рыночного механизма. Эффективность рассмотрения экономических проблем на ТВ. Основные направления концепции социальной информации на ТВ. Спонсирование, реклама на ТВ. Работа со средствами массовой информации. Организация механизма передачи PR – сообщений средствами массовой информации. Содержание и основные этапы подготовки интервью, репортажей как важнейших коммуникаций со СМИ

Вопросы и задания: вопросы для собеседования.

Базовый уровень	Повышенный уровень
1. Средства массовой информации - цели, задачи, функции, права и	1. Эффективность рассмотрения экономических проблем на ТВ.

обязанности. 2. Закон РФ «О средствах массовой информации». 3. Основные принципы взаимодействия СМИ с представителями общественности, коммерческими фирмами и компаниями. 4. Зависимость основных направлений маркетинговой деятельности от своевременного информационного обеспечения со стороны институтов СМИ. 5. Пресса, радио, телевидение как важнейшие институты СМИ, их основные направления деятельности, формы и методы. 6. Эволюционные этапы развития российского телевидения. 7. Современные телерадиокомпании, действующие в России в условиях нового рыночного механизма.	2. Основные направления концепции социальной информации на ТВ. 3. Спонсирование, реклама на ТВ. 4. Работа со средствами массовой информации. 5. Организация механизма передачи PR – сообщений средствами массовой информации. 6. Содержание и основные этапы подготовки интервью, репортажей как важнейших коммуникаций со СМИ.

Рекомендуемая литература:

Перечень основной литературы:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52573.— ЭБС «IPRbooks»

Перечень дополнительной литературы:

1. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То
2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546

Практическое занятие № 7
Тема 7. Организация и проведение PR-кампаний

Цель: формирование представления о деятельности специалиста по связям с общественностью.

Организационная форма: собеседование.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

Знает:

- содержание курса и имеет достаточно полное представление о связях с общественностью в системе органов государственной власти;
- основные способы и средства информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации;
- основные закономерности и базовые технологии формирования общественного мнения.

Умеет:

- строить диалог на основе ценностей гражданского демократического общества;
- представлять результаты своей работы для других специалистов, отстаивать свои позиции в профессиональной среде, находить компромиссные и альтернативные решения;
- использовать способность к восприятию и методическому обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- готовить информационно-методические материалы по вопросам социально-экономического развития общества и деятельности органов власти;
- разрабатывать проекты социальных изменений.

Формируемые компетенции: ИД-1 УК-3, ИД-3 ПК – 8

Актуальность темы: обусловлена возрастанием роли связей с общественностью в управлении современной организацией.

Теоретическая часть

PR – кампания: основные определения, задачи и методы достиженияьцелей. Отличие PR-кампании от рекламной кампании. Типы PR-кампаний. Принципы и характеристики успешной кампании. Организационные формы управления Public Relations. Формирование бюджета Public Relations.

Вопросы и задания: вопросы для собеседования.

Базовый уровень	Повышенный уровень
1. PR – кампания: основные определения, задачи и методы достиженияьцелей. 2. Отличие PR-кампании от рекламной кампании. 3. Типы PR-кампаний.	1. Принципы и характеристики успешной кампании. 2. Организационные формы управления Public Relations. 3. Формирование бюджета Public Relations.

Рекомендуемая литература:

Перечень основной литературы:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52573.— ЭБС «IPRbooks»

Перечень дополнительной литературы:

1. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То
2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546

Практическое занятие № 8
Тема 8. Управление кризисными ситуациями средствами PR

Цель: формирование представления о деятельности специалиста по связям с общественностью.
Организационная форма: собеседование.
Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:
Знает:
- основные способы и средства информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации;
- основные закономерности и базовые технологии формирования общественного мнения.

Умеет:
- строить диалог на основе ценностей гражданского демократического общества;
- представлять результаты своей работы для других специалистов, отстаивать свои позиции в профессиональной среде, находить компромиссные и альтернативные решения;
- использовать способность к восприятию и методическому обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- готовить информационно-методические материалы по вопросам социально-экономического развития общества и деятельности органов власти;
- устанавливать и использовать информационные источники для учета потребностей заинтересованных сторон при планировании деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации;
- анализировать, проектировать и осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;
- общаться четко, сжато, убедительно, выбирая подходящие для аудитории стиль и содержание;
- находить основы для сотрудничества с другими органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, институтами гражданского общества, способностью определять потребности в информации, получать информацию из большого числа источников, оперативно и точно интерпретировать информацию;
- разрабатывать проекты социальных изменений.

Формируемые компетенции: ИД-1 УК-3, ИД-3 ПК – 8
Актуальность темы: обусловлена возрастанием роли связей с общественностью в управлении современной организацией.
Теоретическая часть
Понятие кризис. Типы кризисов. Динамичность в развитии кризисной ситуации обуславливает динамический характер PR-деятельности в менеджменте кризиса. Методы, способы и технологии как инструментарий для управления кризисной ситуацией. Прогнозирование и предотвращение развития кризиса, семиотические модели воздействия, национально-ориентированные модели и культурно-ориентированные. Роль СМИ в период кризисных ситуаций. Особенность в действиях местных масс — медиа и государственных СМИ. Информационные войны. Психологические войны. Идеологические войны.Стратегии решения проблем (RACE, ROPE). Кризисное управление и PR.
Вопросы и задания: вопросы для собеседования.

Базовый уровень	Повышенный уровень
1. Понятие кризис. 2. Типы кризисов. 3. Динамичность в развитии кризисной	4. Особенность в действиях местных масс — медиа и государственных СМИ.

ситуации обуславливает динамический характер PR-деятельности в менеджменте кризиса. 4. Методы, способы и технологии как инструментарий для управления кризисной ситуацией. 5. Прогнозирование и предотвращение развития кризиса, семиотические модели воздействия, национально-ориентированные модели и культурно-ориентированные. 6. Роль СМИ в период кризисных ситуаций.	5. Информационные войны. 6. Психологические войны. 7. Идеологические войны. 8. Стратегии решения проблем (RACE, ROPE). 9. Кризисное управление и PR.

Рекомендуемая литература:

Перечень основной литературы:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52573.— ЭБС «IPRbooks»

Перечень дополнительной литературы:

1. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То
2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

по дисциплине «Связи с общественностью»
для студентов направления подготовки
38.03.02 «Менеджмент»
Направленность (профиль): «Управление бизнесом»

Пятигорск, 2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 19

ПЛАН-ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ И ВИДЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО НИМ.....21

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА.....22

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРЕЗЕНТАЦИОННОГО ПРОЕКТА 25

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....30

ВВЕДЕНИЕ

Целями освоения дисциплины «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ » являются:

раскрыть теоретические основы формирования связей с общественностью в системе государственного управления Российской Федерации;

показать политическую практику взаимодействия общественных организаций с различными социальными группами современного общества;

сформировать базовый понятийный аппарат для осмысления коммуникационных процессов, способов и технологий управления ими в системе государственных и общественных организаций;

дать анализ работы отделов по связям с общественностью в органах государственной власти, общественных и политических организациях;

сформировать у студентов умения находить и четко формулировать ответ на поставленный вопрос – как в устной, так и в письменной форме;

иллюстрировать теоретические положения самостоятельно подобранными примерами из отечественной и зарубежной теории, и практики управления общественными связями и отношениями в политической системе.

Эту цель предполагается достичь при решении следующих основных задач:

ознакомление студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления;

введение в проблематику государственного маркетинга, политической коммуникации, теории социального управления;

сообщение теоретических и фактических знаний, необходимых для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями;

формирование базового понятийного аппарата, необходимого для восприятия и осмысления информационных процессов в органах государственной власти и управления.

Дисциплина СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули). Ее освоение приходится на 7 семестр.

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ – это комплексная, прикладная наука об управлении общественным мнением, выстраивание взаимоотношений общества и государственных органов или коммерческих структур, в том числе, для объективного осмысления социальных, политических или экономических процессов.

Субъектами деятельности по связям с общественностью являются те, кто непосредственно ее осуществляют, а именно: специалисты по связям с общественностью, пресс-секретари, пресс-службы, отделы и департаменты по связям с общественностью, различные структурные подразделения, пресс-центры, PR-агентства и пр.

Объектами PR-деятельности являются те, на кого непосредственно направлено PR-воздействие: целевые аудитории, целевые группы, СМИ, общественность и общественное мнение.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения. В связи с этим, обучение в ВУЗе включает в себя две, практически одинаковые по объему и взаимовлиянию части – процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому СРС должна стать эффективной и целенаправленной работой студента.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных способностей и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной финансовой ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения через участие студентов в практических занятиях, выполнение контрольных заданий и тестов, написание курсовых и выпускных квалификационных работ. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Ведущая цель организации и осуществления СРС должна совпадать с целью обучения студента – подготовкой специалиста и бакалавра с высшим образованием. При организации СРС важным и необходимым условием становятся формирование умения самостоятельной работы для приобретения знаний, навыков и возможности организации учебной и научной деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов разнообразны. В соответствии с рабочей программой дисциплины «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ » предусмотрены следующие виды самостоятельной работы студента:

Цель самостоятельного изучения литературы – самостоятельное овладение знаниями, опытом исследовательской деятельности.

Задачами самостоятельного изучения литературы являются:

- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов.

Цель выполнения презентационного проекта – самостоятельное конструирование своих знаний в процессе решения практических задач и проблем.

Задачами выполнения презентационного проекта являются: развитие способностей:

- выявления проблемы, её формулировки в виде цели предстоящей работы;
- планирования своей деятельности по решению поставленной проблемы;
- привлечения дополнительных ресурсов, которыми могут быть различные источники информации и т.п.;
- реализации намеченного плана, внося в него необходимые коррективы;
- самостоятельной оценки и анализа полученного результат;
- грамотного и эффективного представления свою работу.
- развития критического мышления, свойственного всем современным лидерам

КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ И ВИДЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО НИМ

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль

Рейтинговая оценка знаний студента

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
5 семестр			
1	Практическое занятие 4	7	25
2	Практическое занятие 8	15	30
	Итого за 7 семестр:		**55**
	Итого:		**55**

Максимально возможный балл за весь текущий контроль в семестре устанавливается равным **55.** Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	**100**
Хороший	**80**
Удовлетворительный	**60**
Неудовлетворительный	**0**

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация в форме **экзамена** предусматривает проведение обязательной экзаменационной процедуры и оценивается 40 баллами из 100. Минимальное количество баллов, необходимое для допуска к экзамену, составляет 33 балла. Положительный ответ студента на экзамене оценивается рейтинговыми баллами в диапазоне от **20** до **40** (**20** $\leq S_{экз} \leq$ **40**), оценка **меньше 20** баллов считается неудовлетворительной.

Шкала соответствия рейтингового балла экзамена 5-балльной системе

Рейтинговый балл по дисциплине	**Оценка по 5-балльной системе**
35 – 40	Отлично
28 – 34	Хорошо
20 – 27	Удовлетворительно

Итоговая оценка по дисциплине, изучаемой в одном семестре, определяется по сумме баллов, набранных за работу в течение семестра, и баллов, полученных при сдаче экзамена:

Шкала пересчета рейтингового балла по дисциплине
в оценку по 5-балльной системе

Рейтинговый балл по дисциплине	***Оценка по 5-балльной системе***

88 – 100	*Отлично*
72 – 87	*Хорошо*
53 – 71	*Удовлетворительно*
< 53	*Неудовлетворительно*

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления с содержанием учебного курса.

Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в конкретном учебном материале, а какие вообще опущены. Требуется творческое отношение и к самому содержанию дисциплины.

Вопросы, составляющие ее содержание, обладают разной степенью важности. Есть вопросы, выполняющие функцию логической связки содержания темы и всего курса, имеются вопросы описательного или разъяснительного характера, а также исторического экскурса в область изучаемой дисциплины. Все эти вопросы не составляют сути понятийного, концептуального содержания темы, но необходимы для целостного восприятия изучаемых проблем.

Изучаемая дисциплина имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия — это та база, на которой строится каждая наука. Понятия — узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым.

Студент должен понимать, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа создает для этого необходимые условия, помогает будущему высококвалифицированному специалисту овладеть технологией самостоятельного производства знаний.

В самостоятельной работе студентам приходится использовать литературу различных видов: первоисточники, монографии, научные сборники, хрестоматии, учебники, учебные пособия, журналы и др. Изучение курса предполагает знакомство студентов с большим объемом научной и учебной литературы, что, в свою очередь, порождает необходимость выработки у них рационально-критического подхода к изучаемым источникам.

Существует несколько форм ведения записей:

— план (простой и развернутый) — наиболее краткая форма записи прочитанного, представляющая собой перечень вопросов, рассматриваемых в книге или статье. Развернутый план представляет собой более подробную запись прочитанного, с детализацией отдельных положений и выводов, с выпиской цитат, статистических данных и т.д. Развернутый план — неоценимый помощник при выступлении с докладом на конкретную тему на семинаре, конференции;

— тезисы — кратко сформулированные положения, основные положения книги, статьи. Как правило, тезисы составляются после предварительного знакомства с текстом источника, при его повторном прочтении. Они помогают запомнить и систематизировать информацию.

Составление конспектов

Большую роль в усвоении и повторении пройденного материала играет хороший конспект, содержащий основные идеи прочитанного в учебнике и услышанного в лекции.

Конспект — это, по существу, набросок, развернутый план связного рассказа по основным вопросам темы.

В какой-то мере конспект рассчитан (в зависимости от индивидуальных особенностей студента) не только на интеллектуальную и эмоциональную, но и на зрительную память, причем текст конспекта нередко ассоциируется еще и с текстом учебника или записью лекции. Поэтому легче запоминается содержание конспектов, написанных разборчиво, с подчеркиванием или выделением разрядкой ключевых слов и фраз.

Самостоятельно изученные темы предоставляются преподавателю в форме конспекта, по которому происходит собеседование. Теоретические темы курса (отдельные вопросы), выносимые на самостоятельное изучение, представлены ниже.

Тема самостоятельного изучения № 1

Public Relations как наука об управлении общественным мнением

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы, использование интерактивных учебных курсов

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

Основные направления деятельности по связям с общественностью

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1,2	1,2	1-5

Тема самостоятельного изучения № 2

Функции служб и специалистов по связям с общественностью

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы, использование интерактивных учебных курсов

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью. Функции и задачи PR - специалиста в работе с каналами СМИ (media relations). Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ.

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1,2	1,2	1-5

Тема самостоятельного изучения № 3

Базовые документы по PR

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы, использование интерактивных учебных курсов

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете. Служебные PR-документы: PR-brief, распределение обязанностей между клиентом и агентством, постатейная разбивка бюджета. Виды рабочих мероприятий.

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1,2	1,2	1-5

Тема самостоятельного изучения № 4

Организация и проведение PR-кампаний

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы, использование интерактивных учебных курсов

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

Принципы и характеристики успешной кампании. Организационные формы управления Public Relations. Формирование бюджета Public Relations.

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1,2	1,2	1-5

Тема самостоятельного изучения № 5

Управление кризисными ситуациями средствами PR

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы, использование интерактивных учебных курсов

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

Особенность в действиях местных масс — медиа и государственных СМИ. Информационные войны. Психологические войны. Идеологические войны.Стратегии решения проблем (RACE, ROPE). Кризисное управление и PR.

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1,2	1,2	1-5

Тема самостоятельного изучения № 6

Специфика связей общественности в государственном управлении и политике

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы, использование интерактивных учебных курсов

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1,2	1,2	1-5

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРЕЗЕНТАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Под презентационным проектом понимается совместная обоснованная спланированная и осознанная деятельность студентов-партнеров, которая организована на основе информационных технологий, имеет общую проблему, цель, согласованные методы и которая направлена на формирование у них определенной системы интеллектуальных и практических умений.

Проект – это исследование конкретной проблемы, ее практическая или теоретическая реализация.

В проект в качестве его составных компонентов входят:

- формулирование цели (что и почему надо сделать),
- разработка или выбор путей выполнения проекта,
- работа над проектом,
- оформление результатов,
- защита проекта на практическом занятии.

Этапы работы над проектом можно представить в виде следующей схемы:

ПОИСКОВЫЙ

- Определение тематического поля и темы проекта.
- Поиск и анализ проблемы.
- Постановка цели проекта.

АНАЛИТИЧЕСКИЙ

- Анализ имеющейся информации.
- Поиск информационных лакун.
- Сбор и изучение информации.
- Поиск оптимального способа достижения цели проекта (анализ альтернативных решений), построение алгоритма деятельности.
- Составление плана реализации проекта: пошаговое планирование работ.
- Анализ ресурсов.

ПРАКТИЧЕСКИЙ

- Выполнение запланированных технологических операций.
- Текущий контроль качества.
- Внесение (при необходимости) изменений в конструкцию и технологию.

ПРЕЗЕНТАЦИОННЫЙ

- Подготовка презентационных материалов.
- Презентация проекта.
- Изучение возможностей использования результатов проекта (выставка, продажа, включение в банк проектов, публикация).

КОНТРОЛЬНЫЙ

- Анализ результатов выполнения проекта.
- Оценка качества выполнения проекта.

Темы презентационных проектов

по дисциплине СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Базовый уровень

Тема 2. Коммуникационные основы Public Relations

1. Коммуникация: основные понятия и определения.
2. Теория коммуникации.
3. Основные законы коммуникации.

Тема 3. Функции служб и специалистов по связям с общественностью

1. Основные организационные структуры в СО: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая фирма по СО, независимая международная компания, международная сеть агентств.
2. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.

Тема 5. Технологии Public Relations

1. Основные средства организации связей с общественностью.
2. Классификация PR-технологий.

Повышенный уровень

Тема 2. Коммуникационные основы Public Relations

1. Маркетинг и Public Relations.
2. Место связей с общественностью в комплексе маркетинга

Тема 3. Функции служб и специалистов по связям с общественностью

1. Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ.

Тема 5. Технологии Public Relations

1. PR-технологии в информационно-психилогической войне.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если: материал презентации излагается логично, последовательно и не требует дополнительных пояснений; защита проекта носит аргументированный и доказательный характер; студент полностью, аргументированно, логично и последовательно ответил на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если материал презентации излагается логично, последовательно, но требует дополнительных пояснений; не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; студент полностью, но не всегда аргументированно, логично и последовательно ответил на дополнительные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если материал презентации излагается с периодическим нарушением логики, последовательности, требует дополнительных пояснений; допускаются значительные нарушения в процессе аргументации выводов по теме проекта; студент не полностью, не аргументированно, не логично и не последовательно ответил на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если материал презентации излагается нелогично и непоследовательно; защита носит неаргументированный и

бездоказательный характер; студент показал отсутствие способности отвечать на дополнительные вопросы.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ РЕФЕРАТА

Реферат рекомендуется представлять в объеме 10-15 листов. Текст работы должен быть напечатан через 1,5 интервала на одной стороне стандартного листа белой бумаги (А-4). Текст и другие отпечатанные элементы работы должны быть черными, контуры букв и знаков четкими, без ореола и затенения. Шрифт Times New Roman, кегель 14. Названия глав и параграфов выделяются полужирным шрифтом. Лист с текстом должен иметь поля: слева - 30 мм, справа - 10 мм, сверху - 20 мм, снизу 20 мм.

Нумерация страниц текста делается в правом нижнем углу листа. Проставлять номер страницы необходимо со страницы, где печатается «Введение», на которой ставится цифра «2». После этого нумеруются все страницы, включая приложения.

Между названием главы и названием параграфа этой главы ставится пробел равный двум интервалам, а название параграфа не должно отделяться от текста этого параграфа пробелом. Названия параграфов отделяются от текста предыдущего параграфа пробелом, равным двум интервалам. Каждая глава, а также введение, выводы, приложения и список использованной литературы начинаются с новой страницы. Слово «Глава» не пишется. Главы имеют порядковые номера в пределах всей работы, обозначаемые арабскими цифрами (например: 1, 2, 3), после которых ставится точка. Слово «параграф» или значок параграфа в названии не ставятся. Параграфы имеют порядковые номера в пределах глав, обозначаемые арабскими цифрами (например: 1.1. и 1.2.). Заголовки глав и параграфов в тексте работы должны располагаться по центру, точку в конце названия главы и параграфа не ставят. Не допускается переносить часть слова в заголовке.

Нумерация таблиц и рисунков может быть сквозной или соотноситься с номером главы и параграфа. Например, если таблица или рисунок включены в текст первого параграфа второй главы, нумерация следующая: Таблица 2.1.1., рис. 2.1.1. Последняя цифра означает порядковый номер таблицы (или рисунка) в данном параграфе. Таблица помещается в качестве следующей страницы после первого упоминания о ней в тексте (см. рис. 2.1.1).

Образец оформления формулы и уравнения

$$S = ab, \qquad (2.1.1)$$

где S – площадь прямоугольника, м^2;

a и b – длины сторон прямоугольника, м.

Образец оформления рисунков

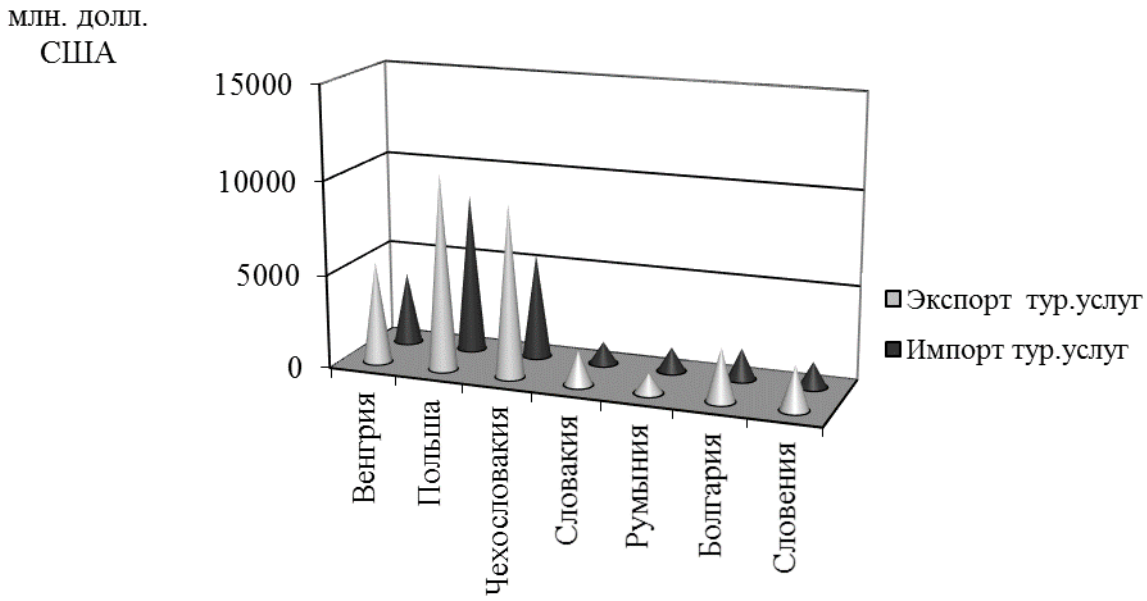

Рис. 2.1.1 Экспорт и импорт туристических услуг в 2004, млн.руб.

Образец оформления таблиц

Таблица 2.1.1

Историко-культурные объекты региона

Вид памятника	Федерального значения	Местного значения	Вновь выявлено	Всего
Архитектурные	15	328	812	1155
Археологии	3	144	183	330
Истории	9	220	66	295
Искусства	1	49	6	66
Садово-парковые	-	17	-	17
Итого	28	758	1067	1853

При переносе таблицы на другую страницу ее графы должны быть выделены отдельной строкой и пронумерованы. Над продолжением пишут «Продолжение таблицы …», «Окончание таблицы …». Нижнюю горизонтальную черты, ограничивающую первую часть таблицы, не проводят.

Оформление ссылок

При ссылке в тексте на источники нужно писать порядковый номер источника в списке использованных источников. Порядковый номер источника заключается в квадратную скобку. Если ссылаетесь на конкретную страницу данного источника, то эта страница тоже указывается. Например: [9], [9, с. 123].

Сноски оформляются внизу страницы, на которой расположен текст примечания. Для этого в конце теста примечания ставится звездочка (*) или цифра ([1]), которая обозначает порядковый номер примечания. Например:

---

[1]Федоров Г.М. Социально-экономическое развитие Калининградской области: учебное пособие. Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2008. С. 25.

Если на одной и той же странице цитируется одна и та же книга, во второй сноске можно не повторять полностью ее название;

[1] Там же. С. 34.

Если та же книга цитируется на других страницах курсовой работы, то указывается ее автор, а вместо названия пишется «Указ. соч.». Например:

[1]Федоров Г.М. Указ. соч. С. 5.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Перечень основной литературы:

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52573.— ЭБС «IPRbooks»

Перечень дополнительной литературы:

1. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То
2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы по дисциплине по дисциплине «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ »
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ».

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. http://biblioclub.ru - «Университетская библиотека онлайн»
2. http://www.iprbookshop.ru - ЭБС «IPRbooks»
3. http://catalog.ncstu.ru/ - Электронная библиотека СКФУ.
4. http://www.vmsu.ru/ - Журнал для руководителей и специалистов администраций муниципальных образований
5. Основы государственного и муниципального управления: информационно-аналитический журнал [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.pmmagazine.ru/