

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

Факультет архивного дела
Учебно-научный центр «Новая Россия. История постсоветской России»
Кафедра истории России новейшего времени

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

41.03.02 Регионоведение России

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направленность (профиль): Историко-культурное развитие регионов России

Форма обучения: очная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Связи с общественностью и региональная политика
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

*Кандидат психол.наук доцент УНЦ «Новая Россия. История постсоветской России»
Е.Б.Зиновьева*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 5 от 30.11.2021г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины (*модуля*)

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (*модулю*), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины (*модуля*)

3. Содержание дисциплины (*модуля*)

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (*модуля*)

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Связи с общественностью и региональная политика» - сформировать у студентов комплексное понимание принципов управления общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Изучить научные подходы и нормы работы специалистов по связям с общественностью в области государственной региональной политики.

Задачи дисциплины:

передача студентам целостного представления о назначении, характере, содержании и особенностях деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью в России; изучение основ деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью в государственном управлении;

обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы по связям с общественностью в региональной политике;

изучение и понятие специфики организационных принципов деятельности специалистов по связям с общественностью;

формирование базовых навыков организации работы отделов по связям с общественностью при формировании бренда региона.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-4. Способен осуществлять и иностранном(ых) деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации языке (ах)	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия;	Знать основы деловой коммуникации; Уметь логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия; Владеть системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов);
	УК-4.2. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а	Знать деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации языке (ах); Уметь анализировать и критически оценивать устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке;

	также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и);	Владеть навыками перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и);
	УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках.	Знать информационно-коммуникационные технологии; Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач Владеть навыком использования информационно-коммуникационные технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках.
ПК-1. Способен осуществлять сбор, подготовку и представление актуальной информации в сфере политического, социального, экономического и культурного развития региона.	ПК-1.1. Использует в практической работе базы данных, поисковые системы, методы сбора и обработки материала, инструментарий мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по региональной проблематике.	Знать методологию взаимодействия и управления потоками информационного взаимодействия Общественных и государственных организаций с населением Уметь использовать в практической работе базы данных, поисковые системы, методы сбора и обработки материала, Владеть навыками сбора и обработки материала, инструментарий мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по региональной проблематике.
	ПК-1.2. Составляет программу экспертного опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона, проводит экспертный опрос,	Знать: программу экспертного опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона, Уметь проводить экспертный опрос, анализировать и интерпретировать его результаты,

	анализирует и интерпретирует его результаты, готовит аналитическую записку с выводами и практическими рекомендациями по результатам экспертного опроса.	Владеть навыком проведения экспертных опросов, анализа и интерпретации его результатов, готовить аналитическую записку с выводами и практическими рекомендациями по результатам экспертного опроса.
--	---	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Связи с общественностью и региональная политика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана. Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Политический анализ и прогнозирование, Политическое регионоведение.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Б1.О.13 Информационно-коммуникационные технологии в региональных исследованиях

2. Структура дисциплины (модуля)

Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
7	Лекции	20
7	Семинары/лабораторные работы	22
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину. Объект, предмет исследования связей с общественностью.

Основные направления изучения основ связей с общественностью в сфере государственной политики. Задачи и главные функции специалистов в сфере связей с общественностью (PR). Государственная региональная политика и PR в регионах России.

.

Тема 2. Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области государственной региональной политики.

Функциональный принцип построения отделов рекламы и связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении. Ключевые направления деятельности по связям с общественностью: сектор связей со СМИ, сектор связей с государственными учреждениями и организациями, правительственными структурами, сектор связей с общественными организациями, сектор выставок и ярмарок, сектор специальных мероприятий, внутрикорпоративный PR, информационно-аналитический центр и т.д. Взаимодействие с отделами аналитики, научных исследований, кадров, юридическим и финансовым, службами маркетинга и потребителей.

Тема 3. Создание положительного имиджа органа государственной власти.

Преимущества PR в государственной организации. Стратегия и тактика позиционирования. Основные элементы корпоративного фирменного стиля. Корпоративный имидж и имидж органа государственной власти и местного самоуправления. Виды позиционирования. PR-технологии. Оценка эффективности. Целевые аудитории.

Тема 4. Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения региона.

Создание или обновление сайта в Интернете. Внутрикорпоративные коммуникации: Intranet и Extranet. Производственный сегмент и его задачи. Поддержание деловых отношений с типографиями, студиями компьютерной графики, съемочными группами и студиями звукозаписи. Социальные медиа (Одноклассники, В контакте и т.д.).

Тема 5. Создание информационного поля в общей стратегии региональной политики.

Комментирование и интерпретация корпоративной политики. Современные методики системного анализа и организация работы эксперта. Взаимодействие со СМИ и с профессиональными объединениями журналистов. Роль менеджера по связям со СМИ. Подготовка и распространение основных корпоративных PR-документов. Подготовка информационной папки (для разных целевых групп) и рассылка пресс-релизов. Творческий сегмент структуры для связей с общественностью. Рейтинг: написание текстов, аналитических статей, тезисов выступлений и т.п. Организация пресс-мероприятий.

Тема 6. Специфика исследования и формирования бренда региона.

Основные критерии исследования бренда региона. Методы социологических исследований в PR. Специфика работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных учреждениях и в органах политической власти по формированию бренда региона. Связи с общественностью в системе политической коммуникации. Организация работы связей с общественностью региональных органов управления и оценка эффективности.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Введение в дисциплину. Объект, предмет исследования связей с общественностью.	<i>Лекция 1.</i> <i>Семинар 1.</i> <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов</i> <i>Развернутая беседа с обсуждением доклада</i>

			<i>Консультирование и проверка домашних заданий</i>
2.	Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области государственной региональной политики.	<i>Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий</i>
3.	Создание положительного имиджа органа государственной власти.	<i>Лекция 3. Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий</i>
4.	Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения региона.	<i>Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий</i>
5.	Создание информационного поля в общей стратегии региональной политики.	<i>Лекция 5. Семинар 5. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий</i>
6.	Специфика исследования и формирования бренда региона.	<i>Лекция 6. Семинар 6. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием видеоматериалов Коллоквиум Развернутая беседа с обсуждением докладов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация экзамен		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину) экзамен		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерная тематика рефератов и учебной научно-исследовательской работы студентов

1. Сравнительная характеристика отделов рекламы и связей с общественностью коммерческих, государственных и общественных организаций.
2. Цели и задачи связей с общественностью в системе государственной региональной политики.
3. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в проведении маркетинговых исследований.
4. Составление баз данных целевых аудиторий и целевых СМИ.
5. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в поддержании корпоративного единства и методы работы с персоналом.
6. Формирование репутации и имиджа региона.
7. Взаимодействие отделов рекламы и связей с общественностью со средствами массовой информации.
8. Методика подготовки основных рекламных и PR-документов.
9. Роль и функции отделов рекламы и связей с общественностью в управлении кризисными ситуациями.
10. Личностные и профессиональные требования к специалистам отделов рекламы и связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении.
11. Коммуникационная стратегия в контексте региональной политики.
12. Функциональные задачи связей с общественностью в сфере муниципального управления.

13. Стратегия исследования коммуникаций с общественностью при создании бренда региона.
14. Использование методики социологических исследований в связях с общественностью.
15. Политические коммуникации и региональная политика.
16. Эффективность использования мультимедиа в стратегии позиционирования региона.
17. Интернет и социальные медиа в связях с общественностью с целью формирования имиджа региона.

Самостоятельные работы

1. Изучение методов сбора и анализа информации. Определение видов исследований в связях с общественностью. – Тема № 2.
2. Анализ эффективности работы службы по рекламе и связям с общественностью – Тема № 4.

Домашние задания

1. Определение и выбор сферы деятельности работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в конкретной сфере общественной жизни. Сбор и анализ информации о ситуации в конкретном регионе. Информационное сообщение на выбранную тему. – Тема № 3.
 3. Предложения по разработке PR стратегии и рекламного сопровождения конкретного региона. – Тема № 4.
 4. Подготовка и написание реферата на тему «Имиджевое позиционирование региона и его первых лиц».
- Подготовка презентации и выступления «Стратегии имиджевого позиционирования»

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

- 6.1. Список источников и литературы

Источники основные

Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации / Принята всенародным голосованием 12.12.1993 (с учётом поправок, внесённых Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 04.08.2014. – № 31. – Ст. 4398.
10. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 30.06.2014. – № 26 (Ч. I). – Ст. 3378. В ред. от 03.07.2016 – СПС «Гарант».
17. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 16.02.2009. – № 7. – Ст. 776. В ред. от 09.03.2016 – СПС «Гарант».

Дополнительные

18. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 16.02.2009. – № 7. – Ст. 776. В ред. от 09.03.2016 – СПС «Гарант».
19. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» // СПС «Гарант».

20. Федеральный закон от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 06.06.2005. – № 23. – Ст. 2199. В ред. от 05.05.2014 – СПС «Гарант».

21. Закон РФ «О средствах массовой информации» // Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. – М.: Изд-во Проспект, 2011. – 32с. Закон «О рекламе» <http://www.consultant.ru/popular/advert>

Ассоциация коммуникационных агентств России <http://www.akarussia.ru/>

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

Ассоциация компаний консультантов в области общественных связей (АКОС): <http://www.akospr.ru/>

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям <http://www.fapmc.ru/rospechat.html>

Литература основная

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473039>
2. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / В. П. Ратников [и др.]; под редакцией В. П. Ратникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 527 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3685-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487259>
3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472261>
4. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469810>
5. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/479369>
6. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468724>

Дополнительная

1. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469273> Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт,

2019. — 603 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425831>
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474171>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

- 1 www.consultant.ru Справочная правовая система «КонсультантПлюс»
- 2 СПС Гарант v.7 - Справочно-Правовая Система
- 3 Электронная Библиотека Диссертаций Российской государственной библиотеки ЭБД РГБ. Включает полнотекстовые базы данных диссертаций. <http://diss.rsl.ru>
- 4 www.iqlib.ru Электронная библиотека образовательных и научных изданий Iqlib.
- 5 <http://www.cir.ru> Университетская информационная система Россия. УИС РОССИЯ.
6. www.public.ru Интернет-библиотека СМИ [Public.ru](http://www.public.ru)
7. Электронная библиотечная система «КнигаФонд». - URL: <http://www.knigafund.ru/products/32> (дата обращения: 21.06.2011). - Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
8. ЭБС «Университетская библиотека он-лайн» .- URL: <http://www.biblioclub.ru/> (дата обращения: 21.06.2011). - Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
9. Портал «Гуманитарное образование». – URL: <http://www.humanities.edu.ru/> (дата обращения: 21.06.2011).
- 10.Федеральный портал «Российское образование». – URL: <http://www.edu.ru/> (дата обращения: 21.06.2011).
- 11.Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов». – URL: <http://school-collection.edu.ru/> (дата обращения: 21.06.2011)
12. <http://www.politcenter.ru/> Центр исследования политической культуры
13. Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
14. Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru
15. Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru
16. Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru
17. Эл.-библиотечная система издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com;>
18. Электронно-библиотечная система «Юрайт». URL: <http://www.biblio-online.ru>.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная мебель: рабочие места для обучающихся, рабочее место для педагогического работника, доска. Демонстрационное оборудование/Технические средства: персональный компьютер для педагогического работника; акустические колонки, проектор (стационарный), микрофон.

Помещ. для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал Научной библиотеки (филиал библиотеки в Историко-архивном институте).
Комплект специализированной мебели: учебная мебель, компьютерные столы

Технические средства: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду РГГУ (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi). Компьютеры для обучающихся.

Состав программного обеспечения (ПО)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Reader	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office	Microsoft	лицензионное
3	Windows	Microsoft	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Тема 1. (2 ч) Введение в дисциплину. Объект, предмет исследования связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные направления PR и рекламы.
2. Основные задачи специалистов по рекламе и PR.
3. Главные функции в сфере рекламы и PR. Функции специалистов по рекламе и связям с общественностью.
4. Сферы общественной жизни, в которых функционируют связи с общественностью и реклама.

Список литературы

- Антипов К. В.
Основы рекламы : учебник / - 2-е изд. - Москва : Дашков, 2012. - 324, [1] с. : рис. ; 21 см. - ISBN 978-5-394-01468-0.
- Сэм Блэк. Паблик рилейшнз. Что это такое? /. - М. : Новости, 1990. - 239 с. - ISBN 0-903629-03-8.
- Гундарин, Михаил Вячеславович.
Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз [Электронный ресурс] : Учебное пособие. - 2 ; испр. и доп. - Москва : Издательство "ФОРУМ", 2011. - 312 с. - ISBN 978-5-91134-464-1.

Тема 2.(2 ч) Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области государственной региональной политики.

Задание:

Выбрать организацию (государственную структуру). Проанализировать функциональные задачи PR отдела. Презентовать на семинаре.

- Функциональный принцип построения отделов рекламы и связей с общественностью.
- Ключевые подразделения, входящие в состав корпоративных структур по рекламе и связям с общественностью:
 - сектор связей со СМИ,
 - сектор связей с государственными учреждениями и организациями, правительственными структурами, сектор связей с общественными организациями,
 - сектор выставок и ярмарок,
 - сектор специальных мероприятий,
 - внутрикорпоративный PR,
 - информационно-аналитический центр.

Литература

- Фролов, Сергей Станиславович.
Связи с общественностью в работе фирмы : стратегия, коммуникация, имидж, брендинг / С. С. Фролов. - М. : URSS : Либроком, 2011. - 364 с. : рис., табл. ; 22 см. - Библиогр.: с. 356-364. - ISBN 978-5-397-01538-7.
- Чумиков, Александр Николаевич.
Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : [для бакалавров] / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 157, [2] с. : рис., табл. ; 22 см. - (Серия "Учебник нового поколения"). - Библиогр. в конце кн. (16 назв.). - ISBN 978-5-7567-0656-7.

Тема 3. (2 ч) Создание положительного имиджа органа государственной власти

Вопросы для обсуждения:

1. Преимущества PR в государственной организации.
2. Стратегия и тактика позиционирования.
3. Основные элементы корпоративного фирменного стиля.
4. Корпоративный имидж и имидж органа государственной власти и местного самоуправления.

Литература

- Чумиков, Александр Николаевич.
Государственный PR : связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : Инфра-М,

2013. - 327 с. : рис., табл. ; 22 см. - (Высшее образование. Бакалавриат). - Библиогр.: с. 322. - ISBN 978-5-16-006613-4.

- Чумиков, Александр Николаевич.
Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : [для бакалавров] / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 157, [2] с. : рис., табл. ; 22 см. - (Серия "Учебник нового поколения"). - Библиогр. в конце кн. (17 назв.).

Тема 4. (4 ч) Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения региона.

Темы коллоквиума

1. Создание или обновление корпоративного сайта в Интернете.
2. Внутрикorporативные коммуникации: Intranet и Extranet.
3. Мультимедийные средства коммуникации.

Литература

1. Шик Зигфрид, Коммуникация и пиар в организации : [пер. с нем.] /; [науч. ред. Киселевой А. А.]. - Харьков : Гуманитар. центр, 2012. - 262 с. : рис. ; 22 см. - Пер. изд.: *Interne Unternehmenskommunikation / Siegfried Schick.* - Stuttgart : Schaffer-Poeschel Verl., 2005. - Доп. тит. л. ориг. нем. - ISBN 978-966-8324-87-1. - ISBN 3-7910-2362-0.
2. Ратников, В. П. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / В. П. Ратников; ответственный редактор В. П. Ратников. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 527 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3496-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].
3. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

Тема 5. (2 ч) Создание информационного поля в общей стратегии региональной политики.

Темы докладов-презентаций:

1. Взаимодействие отделов рекламы и связей с общественностью со средствами массовой информации.
2. Методика подготовки основных рекламных и PR-документов.
3. Взаимодействие со СМИ и с профессиональными объединениями журналистов. Творческий сегмент структуры для связей с общественностью.
4. Организация пресс-мероприятий.

Литература

1. Шарков, Феликс Изосимович. Константы гудвилла : стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков : Изд-во Шаркова, 2012. - 271 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 271. - ISBN 978-5-394-01465-9.
2. Шик Зигфрид, Коммуникация и пиар в организации : [пер. с нем.] /; [науч. ред. Киселевой А. А.]. - Харьков : Гуманитар. центр, 2012. - 262 с. : рис. ; 22 см. - Пер. изд.: *Interne Unternehmenskommunikation / Siegfried Schick.* - Stuttgart : Schaffer-

- Poeschel Verl., 2005. - Доп. тит. л. ориг. нем. - ISBN 978-966-8324-87-1. - ISBN 3-7910-2362-0.
3. Ратников, В. П. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / В. П. Ратников; ответственный редактор В. П. Ратников. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 527 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3496-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].
 4. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

Тема 6. Специфика исследования и формирования бренда региона.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности связей с общественностью в политике и государственном управлении.
2. Связи с общественностью в системе политической коммуникации.
3. Цивилизованные отношения государства и гражданского общества – основа успешной деятельности рекламных и PR-служб.
4. Открытость и демократичность государственной службы как фактор эффективности связей с общественностью.
5. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в органах государственной власти.
6. Информационно-аналитическое обеспечение и планирование деятельности рекламных и PR-служб.

Литература

1. **Антипов** **К.** **В.**
Основы рекламы : учебник / - 2-е изд. - Москва : Дашков, 2012. - 324, [1] с. : рис. ; 21 см. - ISBN 978-5-394-01468-0.
2. **Сэм Блэк.** Паблик рилейшнз. Что это такое? /. - М. : Новости, 1990. - 239 с. - ISBN 0-903629-03-8.
3. **Гундарин,** **Михаил** **Вячеславович.**
Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз [Электронный ресурс] : Учебное пособие. - 2 ; испр. и доп. - Москва : Издательство "ФОРУМ", 2011. - 312 с. - ISBN 978-5-91134-464-1.
4. **Гринберг,** **Татьяна** **Эдуардовна.**
Политические технологии : ПР и реклама : учеб. пособие для студенто вузов, обучающихся по напрвлению 520600 и специальности "Журналистика" / Т. Э. Гринберг. - Изд. 2-е, испр. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 279 с. : табл. ; 22 см. - (Учебное пособие). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-7567-0639-0.
5. Связи с общественностью : теория, практика, коммуникационные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" / [С. А. Шомова и др.] ; под ред. В. М. Горехова, Т. Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 197 с. : табл. ; 22 см. - ISBN 978-5-7567-0598-0.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Методические указания по подготовке к опросу

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Методические рекомендации по написанию реферата, эссе, доклада:

Реферат, эссе, доклад являются видом самостоятельной содержательной работы обучающихся, а равно могут выступать в качестве контрольной работы.

Реферат, эссе, доклад являются авторской самостоятельной творческой (научно-теоретической и/или научно-практической) работой обучающегося, призванный закрепить полученные в ходе аудиторных занятий знания, умения, навыки, компетенции, а равно призванной продемонстрировать и выявить степень освоения обучающимся знаний, навыков, умений и компетенций, полученных обучающимся в процессе изучения дисциплины, степень овладения обучающимися теоретико-методологическими основами дисциплины и ее терминологией, степень умения излагать собственное концептуальное видение проблемы, степень умения резюмирования предварительно полученных выводов и их защиты (отстаивания).

Эссе – работа, подготовленная в свободной композиции, объемом до 3-7 страниц, и отражающая рефлексии обучающегося на заданную или самостоятельно выбранную обучающимся (но в рамках дисциплины) тему.

Текст реферата и доклада должен быть написан в строгом научном стиле и оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к такого рода работам. Объем реферата – 7–12 страниц. Объем доклада – от 10-12 страниц. Как правило, доклад и реферат предназначены под развернутое публичное сообщение.

Рекомендуемый алгоритм выполнения задания (подготовки реферата или доклада):

1. Выбор и четкое формулирование темы, если таковая не была обучающемуся задана. Осмысление темы, оценка степени ее исследованности. Определение своего исследовательского сегмента выбранной темы. Формулирование предмета и объекта исследования.
2. Краткое обоснование научно-теоретической и научно-практической актуальности избранной темы (конкретного ее сегмента или направления).
3. Формулирование цели исследования (реферата или доклада), а также вытекающих из нее исследовательских задач.
4. Подбор источниковой основы.
5. Формулирование примерного плана работы – последовательности примерных тематических разделов работы.
6. Критический анализ и обобщение подобранных материалов, фактов, сведений, их авторские осмысление и интерпретация. Исследование литературы, справочных и научных источников, включая зарубежные, по теме работы, анализ основных концепций отечественных и зарубежных авторов по теме работы.
7. Последовательное изложение материала соответственно спроектированным примерным тематическим разделам работы. Формулирование собственных суждений и оценок. Формирование логически обоснованной и стройной структуры, обеспечение четкой логики развития излагаемого материала. Обеспечение стилевой однородности всей работы.
8. Формулирование заключения работы – основных результирующих авторских выводов, описаний достижений и результатов, авторский предложений и рекомендаций.
9. Оценка и подтверждение достоверности и адекватности полученных результатов.
10. Библиография (не менее 10-20 библиографических записей источников, включая нормативно-правовые акты). (Каждый не авторский фрагмент текста – от фразы до абзаца – должен быть снабжен ссылкой на первоисточник).

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.11.02 Связи с общественностью и региональная политика

Дисциплина реализуется на *историческом факультете* в УНЦ «Новая Россия. История постсоветской России»

Цель дисциплины Связи с общественностью и региональная политика» - сформировать у студентов комплексное понимание принципов управления общественными связями в органах государственной власти и местного самоуправления. Изучить научные подходы и нормы работы специалистов по связям с общественностью в области государственной региональной политики.

Задачи дисциплины:

- передача студентам целостного представления о назначении, характере, содержании и особенностях деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью в России;
- изучение основ деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью в государственном управлении;
- обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы по связям с общественностью в региональной политике;
- изучение и понятие специфики организационных принципов деятельности специалистов по связям с общественностью;
- формирование базовых навыков организации работы отделов по связям с общественностью при формировании бренда региона.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-4.1. Владение системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия;
- УК-4.2. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и);
- УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках.
- ПК-1.1. Использует в практической работе базы данных, поисковые системы, методы сбора и обработки материала, инструментарий мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по региональной проблематике.
- ПК-1.2. Составляет программу экспертного опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона, проводит экспертный опрос, анализирует и интерпретирует его результаты, готовит аналитическую записку с выводами и практическими рекомендациями по результатам экспертного опроса.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

- Знать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач.
- *Уметь*: использовать в практической работе базы данных, поисковые системы, методы сбора и обработки материала, инструментарий мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по региональной проблематике.
- *Владеть*: программой экспертного опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона.
-

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме *экзамена*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 3 зачетных единиц.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ¹

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
4	Приложение №1		

¹ Для ОП ВО магистратуры изменения только за 2020 г.