

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 2023

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

№ 4 от 14.04.2023

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»

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

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

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 понимание 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 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 42 ч., самостоятельная работа обучающихся 48 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная				Самостоятельная работа			
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия				
1	Тема 1. Введение в дисциплину. Объект, предмет исследования связей с общественностью.		2	2				8	О	
2	Тема 2. Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области государственной региональной политики.		2	2				8	Д	
3	Тема 3. Создание положительного имиджа		4	2				8	О	

	органа государственной власти.								
4	Тема 4. Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения региона.		2	4				8	Д
5	Тема 5. Создание информационного поля в общей стратегии региональной политики.		2	2				8	О
6	Тема 6. Специфика исследования и формирования бренда региона.		2	2				8	ГЗ, КС
	<i>зачёт с оценкой</i>								<i>доклад-презентация</i>
	итого:	76	14	4				48	108

Примечание:

** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), доклад (Док), групповое задание (ГЗ), круглого стола (КС) по одной из тем.*

*** - формы промежуточной аттестации: зачет в форме вопросов и заданий к зачету.*

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. Рейтинги: 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.	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий
2.	Задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в области государственной региональной политики.	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий
3.	Создание положительного имиджа органа государственной власти.	Лекция 3. Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий
4.	Использование Интернета и мультимедийных средств для продвижения региона.	Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий
5.	Создание информационного поля в общей стратегии региональной политики.	Лекция 5. Семинар 5. Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий
6.	Специфика исследования и формирования бренда региона.	Лекция 6. Семинар 6. Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Коллоквиум Развернутая беседа с обсуждением докладов

			<i>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 (зачет с оценкой)		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину) /зачёт с оценкой/		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>.

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

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.

<p>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.</p>
<p>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.</p>

Состав программного обеспечения (ПО)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office	Microsoft	лицензионное
3	Windows	Microsoft	лицензионное
4	Zoom	Zoom	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-релейшнз [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, публицити, 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 : PR и реклама : учеб. пособие для студенто вузов, обучающихся по направлению 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. Горохова, 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 *зачета с оценкой*.

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