

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Таюрский Д.А.

\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Мастер-класс "Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур"  
Б1.В.ДВ.8

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Никитин А.А.

**Рецензент(ы):**

Морозова Г.В.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No

Казань  
2016

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Никитин А.А. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций , Aleksej.Nikitin@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Целью курса "Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур" является формирование профессиональных компетенций по рекламе и связям с общественностью, подготовка бакалавров, владеющих теоретическими и практическими знаниями в области современных политических технологий, изучение закономерностей политической рекламы и PR как особого вида коммуникации.

Данный курс предполагает знакомство с формами политической рекламы, способами ее воздействия, в том числе и на электоральное поведение в ходе избирательных кампаний, с системой управления связями с общественностью в политической сфере, получение практических навыков в организации политической рекламной кампании, обучение различным методам и технологиям связей с общественностью в политике.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.8 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Дисциплина вариативной части профессионального цикла.

Изучение дисциплины предполагает наличие знаний, умений и компетенций, освоенных студентами в процессе изучения следующих курсов: Политология, Русский язык и культура речи; Психология массовых коммуникаций; Теория и практика массовой информации; Теория и практика связей с общественностью; Основы интегрированных коммуникаций; Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью, Основы маркетинга, Режиссура рекламы.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК-4 (профессиональные компетенции)	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК-5 (профессиональные компетенции)	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные базовые понятия, характеристики и профессиональные термины в рамках дисциплины;
- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;
- приемы связей с общественностью в политической рекламе;
- основные стратегии разработки рекламных сообщений;
- теоретические модели практики PR, этапы подготовки и проведения рекламных и PR-кампаний;
- пути оценки эффективности рекламных кампаний;
- особенности работы с внешним и внутренним окружением политической организации.

2. должен уметь:

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных и PR-кампаний и коммуникационных программ;
- стратегически планировать политическую рекламную и PR- кампанию;
- оценивать эффективность проведенной политической рекламной и PR-кампании;
- стремиться выражать и аргументировать свою позицию по вопросам, касающимся развития политического процесса.

3. должен владеть:

- технологическими приемами разработки стратегии и организации рекламной и PR-кампаниями;
- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа;
- технологиями создания и распространения рекламных материалов;
- владеть методиками повышения эффективности государственного управления на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;
- навыками политического менеджмента и принятия политических решений.

применять полученные знания на практике.

применять полученные знания на практике.

применять полученные знания на практике.

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Роль связей с общественностью в государственных структурах. Задачи структур по связям с общественностью в органах государственной власти. Различия государственного и коммерческого PR.	6	1-3	6	4	0	дискуссия
2.	Тема 2. Проблема связей с общественностью в государственных структурах различного уровня.	6	4-5	4	4	0	дискуссия
3.	Тема 3. Связи с общественностью в федеральных органах исполнительной власти.	6	6	2	2	0	дискуссия
4.	Тема 4. Связи с общественностью в органах законодательной власти.	6	7	2	2	0	дискуссия
5.	Тема 5. Связи с общественностью в судебных органах власти РФ.	6	8	2	2	0	дискуссия

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
7.	Тема 7. Технологии взаимодействия со СМИ.	6	9	2	2	0	дискуссия контрольная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	зачет
	Итого			18	16	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

**Тема 1. Роль связей с общественностью в государственных структурах. Задачи структур по связям с общественностью в органах государственной власти. Различия государственного и коммерческого PR.**

**лекционное занятие (6 часа(ов)):**

Значение связей с общественностью в современном мире. Связи с общественностью как механизм социальной коммуникации и организации взаимодействия органов государственной власти и населения. Проблема целей, задач и функций в сфере связей с общественностью в зависимости от вида деятельности. Различия в организации коммуникаций в коммерческой и государственной сферах: ? различия по целям, ? различия по ресурсам, ? различия по ответственности, ? различия в мотивах, ? различия в окружении.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Связи с общественностью как механизм социальной коммуникации и организации взаимодействия органов государственной власти и населения. 2. Цели и задачи связей с общественностью в деятельности государственных структур. Связи с общественностью в органах государственной власти ? необходимость широкоформатного освещения деятельности государственных структур для обеспечения демократического процесса и развития гражданского общества или необходимость жизнедеятельности государства при манипуляциях общественным сознанием?

**Тема 2. Проблема связей с общественностью в государственных структурах различного уровня.**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Различия управленческих задач государственных структур разного уровня. Центральные региональные и муниципальные органы власти. Особенности организации связей с общественностью в зависимости от задач, решаемых государственными структурами различного уровня.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Уровни органов государственной власти в РФ. Компетенции органов государственной власти различных уровней. 2. Структура государственного управления в РФ. Место и роль отделов по связям с общественностью в государственных структурах. 3. Найдите примеры несогласованных сообщений отделов по связям с общественностью государственных органов разных уровней по одному и тому же поводу. В чем причина подобных несогласованностей?

**Тема 3. Связи с общественностью в федеральных органах исполнительной власти.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Функции органов исполнительной власти. Специфика организации связей с общественностью в органах исполнительной власти. Администрация Президента РФ, Правительство РФ, министерства, ведомства, комитеты РФ и т.п.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Служба по связям с общественностью Президента РФ. 2. Служба по связям с общественностью главы Правительства РФ. 3. Службы по связям с общественностью министерств и ведомств РФ.

#### **Тема 4. Связи с общественностью в органах законодательной власти.**

##### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Функции органов законодательной власти. Специфика организации связей с общественностью в органах законодательной власти. Федеральное собрание РФ. Законодательные собрания в регионах.

##### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Место и роль органов законодательной власти в структуре государственного управления. 2. Службы по связям с общественностью Федерального Собрания РФ. 3. Службы по связям с общественностью региональных законодательных органов ? особенности и специфика.

#### **Тема 5. Связи с общественностью в судебных органах власти РФ.**

##### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Структура судебных органов власти РФ. Цели и задачи связей с общественностью органов судебной власти РФ.

##### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Пресс-служба судебной системы РФ 2. Организация работа с общественностью в судебном департаменте РФ

#### **Тема 7. Технологии взаимодействия со СМИ.**

##### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Использование государственными структурами методов взаимодействия со СМИ в процессе распространения информации о данной структуре. Пресс-клиппинг. Менеджмент новостей. Соответствие формату различных СМИ: газеты, радио, телевидение.

##### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Государственные и негосударственные СМИ 2. Особенности работы отделов по связям с общественностью с государственными СМИ 3. Особенность работы отделов по связям с общественностью с негосударственными СМИ. 4. Технологии подачи информации средствами массовой информации отделами по связям с общественностью государственных структур.

### **4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

<b>N</b>	<b>Раздел Дисциплины</b>	<b>Семестр</b>	<b>Неделя семестра</b>	<b>Виды самостоятельной работы студентов</b>	<b>Трудоемкость (в часах)</b>	<b>Формы контроля самостоятельной работы</b>
1.	Тема 1. Роль связей с общественностью в государственных структурах. Задачи структур по связям с общественностью в органах государственной власти. Различия государственного и коммерческого PR.	6	1-3	подготовка к дискуссии	6	дискуссия
2.	Тема 2. Проблема связей с общественностью в государственных структурах различного уровня.	6	4-5	подготовка к дискуссии	6	дискуссия

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. Связи с общественностью в федеральных органах исполнительной власти.	6	6	подготовка к дискуссии	6	дискуссия
4.	Тема 4. Связи с общественностью в органах законодательной власти.	6	7	подготовка к дискуссии	6	дискуссия
5.	Тема 5. Связи с общественностью в судебных органах власти РФ.	6	8	подготовка к дискуссии	6	дискуссия
7.	Тема 7. Технологии взаимодействия со СМИ.	6	9	подготовка к дискуссии	4	дискуссия
				подготовка к контрольной работе	4	контрольная работа
	Итого				38	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Лекции с применением мультимедийных технологий;

Проведение семинаров в форме групповых дискуссий;

Проведение практических занятий в форме творческой мастерской и case study;

Использование деловых игр на практических занятиях.

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

### Тема 1. Роль связей с общественностью в государственных структурах. Задачи структур по связям с общественностью в органах государственной власти. Различия государственного и коммерческого PR.

дискуссия , примерные вопросы:

Тематика рефератов: 1. История развития связей с общественностью в государственных структурах в РФ 2. Специфика государственного PR

### Тема 2. Проблема связей с общественностью в государственных структурах различного уровня.

дискуссия , примерные вопросы:

Тематика рефератов: 1. Организация работы отдела по связям с общественностью в федеральных органах власти 2. Организация работы отдела по связям с общественностью в региональных органах власти

### Тема 3. Связи с общественностью в федеральных органах исполнительной власти.

дискуссия , примерные вопросы:

Тематика рефератов: 1. Сравнительный анализ департаментов по связям с общественностью органов исполнительной власти субъектов РФ 2. Отличия пресс-служб федеральных органов исполнительной власти от пресс-служб органов исполнительной власти субъектов федерации



#### **Тема 4. Связи с общественностью в органах законодательной власти.**

дискуссия , примерные вопросы:

Тематика рефератов: 1. Сравнительный анализ департаментов по связям с общественностью органов законодательной власти субъектов РФ 2. Отличия пресс-служб федеральных органов законодательной власти от пресс-служб органов законодательной власти субъектов федерации

#### **Тема 5. Связи с общественностью в судебных органах власти РФ.**

дискуссия , примерные вопросы:

Тематика рефератов: 1. Особенности пресс-служб судебной системы РФ 2. Анализ сайтов судебных органов власти с позиций связей с общественностью

#### **Тема 7. Технологии взаимодействия со СМИ.**

дискуссия , примерные вопросы:

Тематика рефератов: 1. Методы работы пресс-служб органов власти со СМИ 2. Организация пресс-конференций

контрольная работа , примерные вопросы:

Тематика контрольной работы: 1. Виды СМИ 2. Специфика работы пресс-служб органов государственной власти со СМИ

#### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

1. Связи с общественностью как механизм социальной коммуникации и организации взаимодействия органов государственной власти и населения.
2. Цели и задачи связей с общественностью в деятельности государственных структур.
3. Уровни органов государственной власти в РФ. Компетенции органов государственной власти различных уровней.
4. Структура государственного управления в РФ. Место и роль отделов по связям с общественностью в государственных структурах.
5. Служба по связям с общественностью Президента РФ.
6. Служба по связям с общественностью главы Правительства РФ.
7. Службы по связям с общественностью министерств и ведомств РФ.
8. Место и роль органов законодательной власти в структуре государственного управления.
9. Службы по связям с общественностью Федерального Собрания РФ.
10. Службы по связям с общественностью региональных законодательных органов - особенности и специфика.
11. Силовые структуры в системе государственного управления.
12. Отделы по связям с общественностью силовых структур и органов охраны правопорядка. Особенность деятельности.
13. Освещение резонансных событий отделами по связям с общественностью силовых структур.
14. Государственные и негосударственные СМИ
15. Особенности работы отделов по связям с общественностью с государственными СМИ
16. Особенность работы отделов по связям с общественностью с негосударственными СМИ.
17. Технологии подачи информации средствам массовой информации отделами по связям с общественностью государственных структур.
18. Понятие, история возникновения и сущность лоббизма
19. Роль лоббистской деятельности в органах государственной власти
20. Задачи и формы PR-деятельности в лоббировании интересов общественных, коммерческих и политических структур в государственном управлении.

### **7.1. Основная литература:**

Варакута С.А. Связи с общественностью: Учебное пособие. / С.А. Варакута // М.:ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2013. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Василенко И.А. Политические переговоры: Учебное пособие. / И.А. Василенко // М.: Издательский Дом 'ИНФРА-М', 2010. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=232596>

Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие. / М.В. Гундарин // М.: Издательство 'ФОРУМ', 2011. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=243837>

Демидов В.В. Информационно-аналитическая работа в международных отношениях: Учебное пособие. / В.В. Демидов // М.: Вузовский учебник Москва ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2013. - Режим доступа:<http://znanium.com/go.php?id=359168>

### **7.2. Дополнительная литература:**

Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации: Учебник. / В.И. Гостенина, А.Г. Кисилев // М.: Альфа-М Москва ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2013. - Режим доступа:<http://znanium.com/go.php?id=404699>

Бузни Е. Н. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0, 500 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=406724>

Синяева И. М. Паблик релейшнз [Электронный ресурс] : Толковый словарь / Авт.-сост. И. М. Синяева. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 200 с. - ISBN 978-5-394-02002-5. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=430665>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

журнал ?Связи с общественностью в государственных структурах? - <http://gospr.ru/>

Наружная политическая реклама в эпоху электронных медиа - [www.russcomm.ru/rca\\_biblio/s/sergeeva.shtml/](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/s/sergeeva.shtml/)

Общество и реклама в России - [www.lab.advertology.ru/arxiv/2003/chernahovsky.htm](http://www.lab.advertology.ru/arxiv/2003/chernahovsky.htm)

Политическая реклама в политическом консалтинге - [www.kis.ru/dbalu/osi/ustin2\\_4.htm/](http://www.kis.ru/dbalu/osi/ustin2_4.htm/)

Статьи о политической рекламе - [www.advesti.ru/publik/osn/200405\\_polit/](http://www.advesti.ru/publik/osn/200405_polit/)

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Мастер-класс "Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур"" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Компьютерный класс, оргтехника (проектор для показа слайдов, ноутбук), теле- и аудиоаппаратура (всё - в стандартной комплектации для практических занятий и самостоятельной работы); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях), доступ к традиционным книжным и электронным ресурсам научной библиотеки.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях .

Автор(ы):

Никитин А.А. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.