

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ
Факультет Государственного и муниципального управления
Кафедра кадровой политики и управления персоналом

УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ

Методические указания для проведения практических занятий и самостоятельной работы студентов

(для студентов всех форм обучения по направлению подготовки
38.03.04 Государственное и муниципальное управление)

Новосибирск

2017

УДК: 659.4(07)
ББК: 60.84,я7

Составитель: к. психол. н., доцент Ю.В.Печин

Рецензент: к. мед. н., доцент Д.А.Севостьянов

Управление общественными отношениями: методические указания для проведения практических занятий и самостоятельной работы студентов / Новосиб. гос. аграр. ун-т.; сост. Ю.В.Печин. – Новосибирск, 2017. – 14 с.

Методические указания для проведения практических занятий и самостоятельной работы студентов по дисциплине «Управление общественными отношениями» составлены на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к содержанию и уровню подготовки выпускников по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление. Указания содержат перечень занятий и вопросов для самостоятельного изучения.

Утверждено и рекомендовано к изданию заседанием кафедры КПиУП факультета ГМУ ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ от 10 мая 2017 г. протокол № 10.

© Новосибирский государственный
аграрный университет, 2017

1. Введение

Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике.

Практические занятия проводятся в целях: выработки практических умений и приобретения навыков в решении задач, выполнении заданий, производстве расчетов, разработке и оформлении документов, практического овладения иностранными языками и компьютерными технологиями. Главным их содержанием является практическая работа каждого студента.

Самостоятельная работа студентов – вид деятельности, при котором в условиях систематического уменьшения прямого контакта с преподавателем студентами выполняются учебные задания. К таким заданиям относятся контрольные и курсовые работы, рефераты, эссе, доклады и т.д.

При этом специфика самостоятельной работы студентов заключается в том, чтобы студенты самостоятельно получали новые знания.

Требования к уровню освоения учебной дисциплины

Дисциплина «Управление общественными отношениями» в соответствии с требованиями ФГОС направлена на формирование следующих профессиональных (ПК) компетенций бакалавра:

Умением определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения, в том числе в условиях неопределенности и рисков, применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения (ПК-1).

2. Цель практических (семинарских) занятий и самостоятельной работы студентов

Практические занятия направлены на закрепление и расширение знаний, полученных на лекциях.

Практические (семинарские) занятия по дисциплине «Управление общественными отношениями» направлены на практическое углубленное изучение материала учебной дисциплины, привитие обучающимся навыков самостоятельного поиска и анализа учебной информации, формирование и

развитие у них научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать правильные выводы, аргументировано излагать и отстаивать свое мнение.

Цель самостоятельной работы студентов – овладение методами получения новых знаний, приобретение навыков самостоятельного анализа социальных явлений и процессов, усиление научных основ практической деятельности.

3. Содержание занятий

Тема 1. Управление общественными отношениями (связи с общественностью) как современная теоретическая и практическая дисциплина: актуальность курса, объект и предмет, основные категории и понятия

Вопросы для обсуждения

1. Связи с общественностью (паблик рилейшенз; PR): место и роль в современной общественной жизни – политике, бизнесе, социальной и культурной сферах.
2. Понятие связей с общественностью, основные подходы к изучению.
3. Трактовки PR: основные подходы в зарубежной и отечественной пиарологии.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Связи с общественностью в политике, бизнесе, социальной сферах.
2. Традиции и школы пиарологии.
3. PR и другие сферы прикладных коммуникаций.
4. Функции связей с общественностью.

Тема 2. История становления и развития института связей с общественностью в мире и в России

Вопросы для обсуждения

1. Исторические предпосылки развития PR как самостоятельной сферы деятельности
2. Основные этапы развития PR в США и странах Западной Европы
3. Связи с общественностью в истории России: этапы и их характеристика
4. Современные проблемы и тенденции развития PR в России

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. История становления и развития института связей с общественностью.
2. Зарубежная историография PR.
3. История PR в США. Доклассическая, классическая и современная модель.
4. Развитие PR в Западной Европе.
5. Становление, развитие и институализация PR в России.

Тема 3. Общественность и общественное мнение в управлении общественными отношениями

Вопросы для обсуждения

1. Общественность как социально-политическое и социально-психологическое явление
2. Понятие, сущность, признаки общественности
3. Общественное мнение как объект PR-деятельности
4. Методы исследования общественного мнения

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Понятие общественности: основные подходы.
2. Функции, признаки общественности.
3. Группы общественности и их классификации. Целевые и ключевые группы общественности.
4. Общественное мнение: основные определения и сущностные признаки.
5. Лидеры общественного мнения

Тема 4. Коммуникация: понятие, базовые модели. Средства массовой информации (СМИ), их место и роль в системе связей с общественностью

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и сущность коммуникации.
2. Понятие массовой коммуникации и её признаки
3. Базовые модели массовой коммуникации.
4. Понятие СМИ. Виды СМИ и их характеристика с позиции интересов PR.
5. Цензура СМИ: история и современность

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Определение коммуникации. Элементы коммуникации.
2. Внешние и внутренние коммуникации.

3. Массовая коммуникация: определение, основные признаки.
4. Базовые модели массовой коммуникации.
5. СМИ и публичная релейшнз.
6. Понятие и виды СМИ
7. Принцип свободы СМИ: прошлое и настоящее.
8. Проблема цензуры. Правовые основы деятельности СМИ согласно ФЗ «О средствах массовой информации» (краткий обзор).

Тема 5. Связи с общественностью и другие виды коммуникативной деятельности: сходства и различия

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и сущность пропаганды, рекламы, паблисити и маркетинга
2. Сходства и различия между PR и пропагандой (рекламой, паблисити, маркетингом)

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. PR и другие виды коммуникативной деятельности: пропаганда, реклама, паблисити, маркетинг.
2. Общие признаки и различия PR и пропаганды, точки пересечения сфер применения.
3. Реклама как инструмент PR.
4. Тройственная субординационная модель взаимодействия пропаганды, PR и рекламы.
5. Паблисити в системе PR.
6. Маркетинг в теории и практике PR.

Тема 6. Технологии управления связями с общественностью

Вопросы для обсуждения

1. Институт PR как открытая система, изменениями которой надо управлять.
2. Система RACE: исследование – действие – коммуникация (ответная реакция аудитории) – оценка результатов.
3. Классическая PR-кампания и её планирование.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Система RACE: достоинства и недостатки.
2. Модульные технологии управления общественными отношениями.
3. Основные этапы менеджмента PR.
4. PR-кампании в системе ГМУ

5. Креативные технологии планирования и проведения PR-кампаний.

Тема 7. Основные формы и психологические особенности сотрудничества специалистов по связям с общественностью и СМИ

Вопросы для обсуждения

1. Принципы отношений PR и СМИ.
2. Технологические основы сотрудничества PR и СМИ
3. Психологические особенности взаимодействия PR-специалистов и представителей СМИ.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Принципы отношений PR и СМИ.
2. Основные формы сотрудничества: пресс-конференция, брифинг, пресс-клуб, неформальный прием для прессы, посещение объекта.
3. Пресс-релиз.
4. Пресс-службы и их функции.
5. Психологические особенности взаимодействия PR-специалистов и представителей СМИ.

Тема 8. Имидж и формирование имиджа в системе связей с общественностью: основные понятия, типологии, технологии

Вопросы для обсуждения

1. Социально-психологические основы имиджмейкинга
2. Имидж: понятие и общая характеристика.
3. Базовые компоненты (элементы) имиджа: сходный материал, идеальная модель, искажающее влияние СМИ, влияние аудитории.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Социальный стереотип как предпосылка имиджа.
2. Имидж: понятие и общая характеристика.
3. Базовые компоненты (элементы) имиджа: сходный материал, идеальная модель, искажающее влияние СМИ, влияние аудитории.
4. Имидж как символический конструкт.
5. Функции имиджа.
6. Технологии формирования имиджа.
7. Типологии имиджа в политике, бизнесе, социальном общении.

Тема 9. Связи с общественностью в современной политике (зарубежный и отечественный опыт)

Вопросы для обсуждения

1. Место и роль политического PR в современном мире.
2. PR в избирательных кампаниях.
3. Особенности политического PR в США, Европе и России.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Институционализация сферы публичных отношений в структуре демократического политического процесса: основные характеристики.
2. Политический маркетинг: характеристика основных моделей.
3. PR-коммуникации в структуре политического рынка: методы анализа и прогнозирования.
4. PR в избирательных кампаниях. Зарубежный и российский опыт политических технологий.
5. Политическое консультирование: типы, виды и формы. Технологии политического консультирования.
6. Особенности политического PR в США, Европе и России.

Тема 10. Неформальные коммуникации в сфере связей с общественностью

Вопросы для обсуждения

1. Теоретические основы функционирования неформальных коммуникаций в системе связей с общественностью
2. Технологии использования неформальных коммуникаций в PR

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Теоретические основы функционирования неформальных коммуникаций в системе связей с общественностью
2. Понятие неформальных коммуникаций
3. Слухи и их типология. Функции слухов. Механизмы использования слухов в сфере общественных связей
4. Сплетни как разновидность неформальных коммуникаций. Сходства и различия слухов и сплетен. Функции сплетен
5. Анекдоты и их возможности влиять на сферу связей с общественностью; анекдоты в политике.

Тема 11. Управление связями с общественностью в условиях кризиса

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и типологии кризиса.

2. Сущность и технологии антикризисных PR
3. Современные SPIN-технологии в антикризисном PR.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Понятие кризиса.
2. Типология кризисов.
3. Антикризисное управление и антикризисный PR: сходства и различия.
4. Особенности коммуникации и обмена информацией в условиях кризиса.
5. Факторы успешности антикризисного PR.
6. Современные SPIN-технологии в антикризисном PR.

Тема 12. Манипуляции в управлении общественными отношениями

Вопросы для обсуждения

1. Манипуляция в человеческих коммуникациях
2. Понятие и признаки манипуляции.
3. Манипуляции в политике, управлении, общении.
4. Технологии манипуляции.
5. Манипуляции с помощью СМИ

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Понятие манипуляции.
2. Социально-психологические предпосылки и условия возникновения манипуляций.
3. Основные признаки манипуляции.
4. Технологии манипулирования в массовых коммуникациях.
5. Техники противодействия манипуляции.

Тема 13. Связи с общественностью как средство информационно-психологической войны

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и признаки ИПВ.
2. Современные технологии ИПВ
3. ИПВ в условиях информационного общества
4. Информационная безопасность государства и общества как актуальная проблема

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Понятие ИПВ. Основные признаки, элементы и этапы ИПВ.
2. Технологии современного информационно-психологического противоборства.
3. Место и роль информационно-психологической компоненты в концепции «совокупной мощи государства».
4. Кибер-атаки и кибер-войны.
5. Методы противостояния информационно-психологическим атакам.

Тема 14. Связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Вопросы для обсуждения

1. Связи с общественностью на службе российского государства: исторический обзор.
2. Связи с общественностью как инструмент эффективного управления.
3. PR-служба органов государственной власти: структура, функции, взаимодействие с другими системными элементами государственной службы.
4. Ситуационно-ролевая игра «Защита PR-проекта в социальной сфере»
План игры:
 1. Определение проблемы (темы) игры (на выбор любая актуальная тема из сферы социальной политики на примере России, Новосибирской области, Новосибирска)
 2. Распределение ролей
 - заказчики - представители органа ГМУ (2-3 чел)
 - исполнители из числа PR-специалистов (3-5 чел)
 - представители СМИ (3-5 чел)
 - политические оппоненты – представители неправящих партий (2-3 чел.)
 - местные жители (до 10 чел.)
 3. Разработка проекта по алгоритму (обязательные компоненты проекта):
 - Определение (выбор) и описание актуальной проблемы
 - Краткий анализ причин и факторов существования проблемы
 - Составление плана PR-кампании:
 - 1) Определение целевых аудиторий (целевых и ключевых групп)
 - 2) Выбор средств (каналов) воздействия по каждой целевой группе
 - 3) Определение ключевого сообщения
 - 4) Формулирование слогана (девиза) кампании
 - 5) Мероприятия с участием СМИ (тематика и формы по видам СМИ)
 - 6) Планирование рекламного воздействия (с предложением возможных сюжетов и макетов по видам рекламы)
 - 7) План работы с органами власти
 - 8) План мероприятий с широкой общественностью
 - 9) Определение целевых показателей эффективности кампании
 - 10) План итоговых мероприятий (завершение проекта)
 4. Защита проекта

5. Обсуждение хода и итогов игры
6. Оценка участия всех исполнителей

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Становление и развитие типов и форм связи государственных институтов с общественностью в истории России.
2. Автономизация институтов гражданского общества как ключевая предпосылка институционализации PR в системе органов государственного и муниципального управления.
3. Связи с общественностью как инструмент и необходимое условие легитимации института власти.
4. PR-служба органов государственной власти: структура, функции, взаимодействие с другими системными элементами государственной службы.
5. Связи с общественностью в управлении агропромышленным комплексом.

Тема 15. Внешнеполитические связи с общественностью: формирование имиджа государства в восприятии мировой общественности (зарубежный и отечественный опыт)

Вопросы для обсуждения

1. Позитивный внешний имидж государства как задача.
2. Факторы, условия и технологии формирования позитивного внешнего имиджа государства: зарубежный опыт.
3. Проблемы внешнеполитического имиджа современной России.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Понятие государственного, или внешнеполитического имиджа.
2. Концепция soft-power: «мягкая сила» и ее компоненты.
3. Факторы позитивного внешнего имиджа государства.
4. Технологические условия успеха имиджевых мероприятий.
5. Брендинг и ребрендинг страны.
6. Имиджевые стратегии ведущих стран мира: США, Китая, стран Евросоюза, Индии, Японии.
7. Проблемы внешнеполитического имиджа современной России.

Тема 16. Правовые основы и этические стандарты деятельности в области связей с общественностью

Вопросы для обсуждения

1. Правовые принципы современной системы PR

2. Обзор законодательных актов, регулирующих PR-деятельность
3. Корпоративные этические стандарты в сфере PR
4. Кодекса Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО) 2001 г.
5. Написание эссе

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Современная законодательная база PR-деятельности в России: Конституция России, Федеральные законы «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «О средствах массовой информации», «О рекламе» и другие.
2. Становление корпоративных этических стандартов в сфере PR: история и современность.
3. Принципы деятельности в сфере PR согласно Кодексам этического поведения и в контексте требований корпоративной социальной ответственности.
4. Сравнительная характеристика Этических кодексов – Венецианского (1961 г.), Лиссабонского (1978/ 1998 гг.), Римской хартии 1991 г., Хельсинской хартии 1997 г., кодекса 2001 г. Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО).

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

4.1. Список основной литературы

1. .PR: теория и практика: учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко и др.; под ред. М. А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Синергия, 2013. - 352 с. (ЭБС «Инфра-М»)
2. Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2014. - 329 с. (ЭБС «Инфра-М»)

4.2. Список дополнительной литературы

1. Гурьева, Д.Д. Управление общественными отношениями: учебно-методическое пособие / Гурьев Д.Д. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 (ЭБС «Инфра-М»)
2. Мамедова, Н.А. Управление общественными отношениями / Н.А. Мамедова, Т.А. Кривова. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 92 с. (ЭБС «Инфра-М»)
3. Марков, А.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с. (ЭБС «Лань»)

4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Таблица 1. Перечень информационных ресурсов

№ п/п	Наименование	Адрес
1.	Российская ассоциация по связям с общественностью. Российский PR-портал	www.raso.ru
2.	Профессиональный PR-портал для специалистов по связям с общественностью Sovetnik.ru	www.sovetnik.ru
3.	Электронный журнал «Со-общение» (Развитие Общественных Связей Нового Класса)	www.soob.ru
4.	Сайт «Михайлов и Партнеры. Стратегические коммуникации»	www.prnet.ru
5.	Агенство «PR – News»	www.prnews.ru
6.	Международный Пресс-Клуб	www.pressclub.host.ru

4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю) и самостоятельной работы

1. Методические рекомендации по выполнению и подготовке к защите курсовых работ для студентов всех форм обучения по направлениям подготовки: 38.03.04 Государственное и муниципальное управление; 38.03.03 Управление персоналом; 43.03.01 Сервис; 38.04.04 Государственное и муниципальное управление; 38.04.03 Управление персоналом / Сост. И.Э.Толстова, О.С.Ковалёва, О.Г.Антошкина. - 4-е изд. - Новосибирск: НГАУ, 2017. - 31с.

Составитель:
Печин Юрий Васильевич

Методические указания для проведения практических занятий и
самостоятельной работы студентов

(для студентов всех форм обучения по направлению подготовки
38.03.04 Государственное и муниципальное управление)

Объем 0,39 уч.-изд.л.

Новосибирский государственный аграрный университет
630039, Новосибирск, ул.Добролюбова, 160