

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--



УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета
 факультета культуры и искусства
 от «20» мая 2024 г., протокол №12/272
 Председатель _____ /Н.С. Сафронов/
 (подпись)
 Зав.кафедрой дизайна и
 интерьера _____
 культуры и искусства
 Е.Л.Силантьева (по доверенности
 № 218/08 от 29.01.2024г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	4 - очная форма обучения; 4 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	КАФЕДРА	Должность, ученая степень, звание
Кремнева Наталья Юрьевна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат социологических наук

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

- ♦ формирование целостного представления о целях, задачах, особенностях, методах связей с общественностью и рекламы в государственных учреждениях.
- расширение профессионального и культурного горизонта специалиста в области рекламы и связей с общественностью, формирование его эффективной профессиональной, общественно значимой деятельности;
- выработка базовых навыков принятия и реализации управленческих решений в сфере организации рекламной и ПР деятельности в органах государственного управления;

Задачи освоения дисциплины:

- формирование у студентов целостного представления о задачах, функциях, структуре подразделений по связям с общественностью и рекламе в органах государственной власти и государственных учреждениях,
- освоение содержания, методов подразделений по связям с общественностью и рекламы в государственных учреждениях разного уровня,
- выработка практических навыков по работе с общественным мнением, формированию имиджа госучреждения, в кризисных ситуациях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях» относится к числу дисциплин блока Б1.В.ДВ.07, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: ПК-1, ПК-5.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Поведение потребителей, Профессионально-творческая практика, Научно-исследовательская работа, Инфографика и визуализация коммуникационного продукта, Преддипломная практика, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Социальные институты и процессы, Исследования визуальных коммуникаций в масс-медиа, Консалтинг в рекламе и связях с общественностью, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Основы теории и практики связей с общественностью, Основы интегрированных коммуникаций, Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью, Основы теории и практики рекламы, Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов, Современная пресс-служба, Планирование антикризисных коммуникаций, Коммуникационный менеджмент, Организация рекламных и ПР-мероприятий, Внутрифирменные коммуникации.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-5 Способен владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	<p>знать: методы и процедуры сбора и анализа данных, необходимых для принятия управленческих решений в сфере коммуникаций</p> <p>уметь: собирать и анализировать данные различных информационных источников</p> <p>владеть: Навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов</p>
ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>знать: Подходы и принципы управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью</p> <p>уметь: Адаптировать профессиональный функционал специалиста по рекламе и PR в соответствии со спецификой деятельности госучреждения</p> <p>владеть: Навыками проведения мероприятий по повышению имиджа, защите репутации госучреждения (госоргана)</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 2 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 72 часа

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		7
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	36	36
Аудиторные занятия:	36	36
Лекции	18	18
Семинары и практические занятия	18	18
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	36	36
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа,	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		7
1	2	3
коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)		
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	-	-
Всего часов по дисциплине	72	72

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		9
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	8	8
Аудиторные занятия:	8	8
Лекции	4	4
Семинары и практические занятия	4	4
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	60	60
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	-	-
Всего часов по дисциплине	72	72

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Раздел 1. Специфика организации ПР и рекламы в деятельности государственных структур							
Тема 1.1. Общая характеристика органов государственной власти	8	2	2	0	0	4	
Тема 1.2. Место, цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти и госучреждениях	8	2	2	0	0	4	Тестирование
Тема 1.3. Общая характеристика субъектов государственного ПР - рынка	8	2	2	0	0	4	
Тема 1.4. Организация работы со средствами массовой информации.	8	2	2	0	0	4	Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.5. Взаимодействие государственных структур с общественностью и целевыми	8	2	2	0	0	4	Проверка решения задачи (выполнения задания)

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
аудиториями населения							
Раздел 2. Новые направления ПР и рекламы в органах государственной власти							
Тема 2.1. Внутрикorporативная деятельность связей с общественностью в органах государственной власти.	8	2	2	0	0	4	
Тема 2.2. Особенности и связей с общественностью в органах муниципальной власти.	8	2	2	0	0	4	
Тема 2.3. Государственный маркетинг.	8	2	2	0	0	4	Тестирование
Тема 2.4. Государственная реклама.	8	2	2	0	0	4	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Итого подлежит изучению	72	18	18	0	0	36	

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Раздел 1. Специфика организации ПР и рекламы в деятельности государственных структур							
Тема 1.1. Общая характеристика органов государственной власти	7	1	0	0	0	6	
Тема 1.2. Место, цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти и госучреждениях	7	0	1	0	0	6	Тестирование
Тема 1.3. Общая характеристика субъектов государственного ПР - рынка	7	1	0	0	0	6	
Тема 1.4. Организация работы со средствами массовой информации.	7	0	1	0	0	6	Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.5. Взаимодействие государственных структур с общественностью и целевыми	7	0	1	0	0	6	Проверка решения задачи (выполнения задания)

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
аудиториями населения							
Раздел 2. Новые направления ПР и рекламы в органах государственной власти							
Тема 2.1. Внутрикorporативная деятельность связей с общественностью в органах государственной власти.	8	1	0	0	0	7	
Тема 2.2. Особенности и связей с общественностью в органах муниципальной власти.	8	1	0	0	0	7	
Тема 2.3. Государственный маркетинг.	8	0	0	0	0	8	Тестирование
Тема 2.4. Государственная реклама.	9	0	1	0	0	8	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Итого подлежит изучению	68	4	4	0	0	60	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Специфика организации ПР и рекламы в деятельности государственных структур

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Тема 1.1. Общая характеристика органов государственной власти

Понятие «государственный орган», его специфические признаки. Понятие «государственное учреждение», виды госучреждений, клиентская ориентация. Различие понятий государственного органа, государственное учреждение и государственной организации. Общая характеристика государственно-властных полномочий. Система государственных органов в РФ, принцип федерализма, ветви власти. Уровни государственных органов власти: федеральные (центральные), органы субъектов федерации, органы местного самоуправления. Специфика уровней власти, организационно-правовая взаимосвязь. Система органов власти субъектов РФ. Система органов местного управления. Классификация органов государства: законодательные, исполнительные, судебные органы; представительные, исполнительно- распорядительные, судебные, контроля и надзора; органы социально-культурной сферы, органы экономики, правоохранительные органы; первичные, производные органы; органы общей и специальной компетенции; выборные, назначаемые и др. Общая характеристика основных ветвей власти: законодательных, исполнительных, судебных органов государственной власти. Органы государственной власти как бюрократическая организация. Бюрократия как социальная организация. Типы взаимоотношений аппарата государственного управления и общества: патриархальная модель бюрократии, рациональная бюрократия, «отзывчивая» модель управления, открытая модель управления; модель властвования и подчинения, переходная модель, управленческая модель. Государственная служба. Государственный служащий. Чиновник. Проблемы взаимоотношений с обществом.

Тема 1.2. Место, цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти и госучреждениях

Значение службы связей с общественностью в госструктурах. Проблемы взаимоотношений государства и граждан. Тенденции развития информационной политики в России. Сущность PR в системе государственного управления. Отличия в PR - структурах государственного и бизнес управления: по целям, ресурсам, ответственности, мотивам, окружению. Современные направления деятельности служб рекламы и PR в органах государственного управления. Цели PR-деятельности в органах власти: информационная политика, имиджевая политика. Принципы PR-деятельности в органах власти: открытости, законности, оперативности, конструктивности, системности, взаимного уважения. Функции PR в органах власти: информационная, аналитическая, коммуникативная, интегративная, консультативно- методическая, организационная, правовая. Задачи PR в органах власти, их зависимость от статуса госоргана или госучреждения. Структура и задачи информационных департаментов или PR-служб: пресс-служба, отдел по связям с общественностью и работе с гражданами и организациями (представительский отдел), редакционно-издательский отдел, информационно-аналитический отдел, технический отдел, делопроизводство. Основные целевые аудитории внешнекорпоративной PR-деятельности: средства массовой информации, население (избиратели, налогоплательщики и клиенты), внешние организации (государственные, негосударственные), служащие госучреждения.

Тема 1.3. Общая характеристика субъектов государственного PR - рынка

Структура российского государственного PR – рынка. PR - структура Президента РФ, ее подструктуры (Пресс-служба Президента РФ, Управление Президента РФ по связям с общественностью), функции. Пресс-служба Государственной думы РФ. Особенности рекламы и PR

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

федерального уровня. Задачи и функции PR-службы в высших государственных органах. Направления деятельности ПР в органах государственной власти по их решению: установление, поддержание и расширение контактов с гражданами и организациями; информирование общественности о принимаемых решениях; изучение общественного мнения; анализ общественной реакции на действия должностных лиц и органа власти в целом; прогнозирование общественно-политических процессов; обеспечение организации аналитическими разработками; формирование благоприятного имиджа организации. Особенности деятельности уровня субъектов РФ.

Тема 1.4. Организация работы со средствами массовой информации.

Основные задачи-направления в информационной политике госструктур: установление и поддержание постоянного взаимодействия со СМИ, отражение в СМИ будничной деятельности организации, публичное разъяснение решений и действий организации, позиционирование (популяризация) организации в имиджевом аспекте, организация и проведение пресс-конференций и брифингов, организация и распространение проблемно-аналитических материалов по актуальным вопросам деятельности организации, организация публичных (спичрайтинг) выступлений и выступлений в СМИ руководства, ведение корпоративного и официального сайтов, мониторинг СМИ, противодействие негативной информации СМИ в адрес организации. Противодействие негативной информации СМИ как важное имиджевое направление деятельности. Виды негативной информации об организации: критическая, искаженная, фальсифицированная, клеветническая. Технологии работы с ними. Особенности взаимодействия госучреждения с различными видами СМИ: пресса, телевидение, интернет. Требования современной системы коммуникаций: глобальность, интерактивность. Возможности и ограничения использования интернет-коммуникаций в информационной и имиджевой политике госучреждения. Организация и ведение официального сайта: задачи, принципы, структура, технологии работы. Работа с блогами: понятие и виды блогов, задачи ведения блога организации и руководителя, преимущества и особенности, технологии работы. Работа с социальными сетями: поиск целевой аудитории, направления работы, преимущества и особенности. Управление репутацией госучреждения онлайн: мониторинг интернет-площадок, реагирование на контент.

Тема 1.5. Взаимодействие государственных структур с общественностью и целевыми аудиториями населения

Взаимодействие с населением: проблемы, принципы, задачи. Вовлечение населения в формирование и реализацию государственных программ. Средства коммуникации: СМИ, интернет-коммуникации, печатная реклама (информационные стенды, бюллетени, листовки), горячие телефонные линии, неформальные встречи, корпоративные мероприятия (приемы, совещания) и пр. Формат «День открытых дверей». Мероприятия с различными целевыми аудиториями: конкурсы, спортивные соревнования, фестивали, ярмарки, праздники, встречи. Работа с внешними организациями: государственными, общественными, творческими, спортивными, религиозными, бизнес-объединениями и др. Специфика взаимодействия с различными структурами органов власти (профильными, вышестоящими). Задачи, принципы работы. Реализация имиджевой политики госучреждения. Формы коммуникаций: организация поздравлений партнеров, VIP-персон, приглашение партнеров и официальных лиц на официальные служебные и праздничные мероприятия. Специфика взаимодействия с политическими объединениями. Специфика взаимодействия с общественными объединениями. Специфика взаимодействия с творческими

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

союзами и организациями. Специфика взаимодействия с религиозными конфессиями. Special events в имиджевой политике госучреждения. Традиционные события: конференции, семинары, круглые столы, собрания с представителями, общественные советы, выставки, юбилеи. Организация и проведение Special events: работа со СМИ, внутрикорпоративная работа (конкурсы, соревнования), обеспечение сувенирной продукции, выпуск печатной продукции, организация культурной программы.

Раздел 2. Новые направления ПР и рекламы в органах государственной власти

Тема 2.1. Внутрикорпоративная деятельность связей с общественностью в органах государственной власти.

Особенности системы управления, организационной структуры и организационной культуры органов государственной власти. Специфика коллектива госучреждения: иерархичность, бюрократизация, обособленность, функциональная разобщенность. Применение современных технологий работы с коллективом в органах государственной власти и госучреждениях: внутренний ПР, задачи, принципы деятельности. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика: внутрикорпоративное информационное обеспечение, коллективное посещение культурно-массовых, спортивных, развлекательных объектов, корпоративные выезды, конкурсы и турниры, праздники. Организация издания печатной продукции.

Тема 2.2. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти.

Общая характеристика органов муниципальной власти. Принцип местного самоуправления. Основные положения ФЗ «О муниципальной службе в РФ». Роль муниципальных органов и органов местного самоуправления в реализации имиджевой политики государства. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления. Основные направления деятельности: поддержание контактов с гражданами, социальными группами и организациями, информирование общественности, социально-политический мониторинг и прогнозирование общественной реакции, представительская деятельность, проведение специальных мероприятий, ПР-проектов. Организация ПР-деятельности в администрации муниципального образования. Основные задачи службы связей с общественностью. Приоритетные направления ПР-деятельности.

Тема 2.3. Государственный маркетинг.

Специфика применения концепции маркетинга в процессах госуправления. Понятие «государственный маркетинг», предпосылки появления. Основные цели государственного маркетинга: формирование моделей поведения граждан, достижение баланса потребностей граждан и результатов деятельности органов государственной власти, минимизация негативных настроений и сопротивления в обществе. Субъект и объект, комплекс государственного маркетинга. Уровни государственного маркетинга: высший уровень исполнительной власти, отраслевые центральные органы исполнительной государственной власти, местные органы государственного управления, отдельные госучреждения. Особенности формирования маркетинговых систем на уровнях.

Тема 2.4. Государственная реклама.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Система маркетинговых коммуникаций в органах власти, место государственной рекламы в ней. Понятие «Государственная реклама». Классификации государственной рекламы: по уровню субъектов, по целям, объекту рекламирования, по целевой аудитории. Цели государственной рекламы: формирование патриотических настроений населения, информирование граждан о государственной политике, мероприятиях и проектах, пропаганда и популяризация стандартов поведения граждан, стимулирование определенных действий граждан, экономические цели, формирование безопасных условий жизни и здоровья граждан, продвижение конкретных социальных проектов, обеспечение решения различных социальных проблем (демография, охрана среды и пр), формирование положительного имиджа страны, решение проблем органов местного управления. Средства государственной рекламы. Различия государственной и социальной рекламы.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Раздел 1. Специфика организации ПР и рекламы в деятельности государственных структур

Тема 1.1. Общая характеристика органов государственной власти

Вопросы к теме:

Очная форма

Система государственных органов в РФ, принцип федерализма, ветви власти, уровни власти. Различия понятий государственного органа, государственное учреждение и государственной организации.

Классификация органов государства

Общая характеристика основных ветвей власти

Органы государственной власти как бюрократическая организация.

Государственная служба. Проблемы взаимоотношений с обществом.

Тема 1.2. Место, цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти и госучреждениях

Вопросы к теме:

Очная форма

Тенденции развития информационной политики в России.

Сущность PR в системе государственного управления.

Отличия в PR - структурах государственного и бизнес управления.

Цели PR-деятельности в органах власти: информационная политика, имиджевая политика.

Направления деятельности служб рекламы и PR в органах государственного управления.

Принципы PR-деятельности в органах власти.

Функции PR в органах власти.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Структура и задачи информационных департаментов или PR-служб.

Основные целевые аудитории внешнекорпоративной PR-деятельности:

Заочная форма

Тенденции развития информационной политики в России.

Сущность PR в системе государственного управления.

Отличия в PR - структурах государственного и бизнес управления.

Цели PR-деятельности в органах власти: информационная политика, имиджевая политика.

Направления деятельности служб рекламы и PR в органах государственного управления.

Принципы PR-деятельности в органах власти.

Функции PR в органах власти.

Структура и задачи информационных департаментов или PR-служб.

Основные целевые аудитории внешнекорпоративной PR-деятельности:

Тема 1.3. Общая характеристика субъектов государственного PR - рынка

Вопросы к теме:

Очная форма

Структура российского государственного PR – рынка.

PR - структура Президента РФ, ее подструктуры, функции.

Пресс-служба Государственной думы РФ.

Особенности рекламы и PR федерального уровня.

Задачи и функции PR-службы в высших государственных органах.

Направления деятельности PR в органах государственной власти по их решению.

Особенности деятельности уровня субъектов РФ.

Тема 1.4. Организация работы со средствами массовой информации.

Вопросы к теме:

Очная форма

Основные направления в информационной политике госструктур.

Противодействие негативной информации СМИ как важное имиджевое направление деятельности.

Особенности взаимодействия госучреждения с различными видами СМИ.

Интернет-коммуникации в информационной и имиджевой политике госучреждения.
Организация и ведение официального сайта. Работа с блогами и социальными сетями.

Управление репутацией госучреждения онлайн.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Заочная форма

Основные направления в информационной политике госструктур.

Противодействие негативной информации СМИ как важное имиджевое направление деятельности.

Особенности взаимодействия госучреждения с различными видами СМИ.

Интернет-коммуникации в информационной и имиджевой политике госучреждения. Организация и ведение официального сайта. Работа с блогами и социальными сетями.

Управление репутацией госучреждения онлайн.

Тема 1.5. Взаимодействие государственных структур с общественностью и целевыми аудиториями населения

Вопросы к теме:

Очная форма

Взаимодействие с населением: проблемы, принципы, задачи.

Средства коммуникации с населением.

Работа с внешними организациями.

Реализация имиджевой политики госучреждения.

Специфика взаимодействия с политическими объединениями.

Специфика взаимодействия с общественными объединениями.

Специфика взаимодействия с творческими союзами и организациями.

Специфика взаимодействия с религиозными конфессиями.

Заочная форма

Взаимодействие с населением: проблемы, принципы, задачи.

Средства коммуникации с населением.

Работа с внешними организациями.

Реализация имиджевой политики госучреждения.

Специфика взаимодействия с политическими объединениями.

Специфика взаимодействия с общественными объединениями.

Специфика взаимодействия с творческими союзами и организациями.

Специфика взаимодействия с религиозными конфессиями.

Раздел 2. Новые направления ПР и рекламы в органах государственной власти

Тема 2.1. Внутрикорпоративная деятельность связей с общественностью в органах государственной власти.

Вопросы к теме:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Очная форма

Специфика коллектива госучреждения и управления им.
Внутренний ПР в госучреждении: задачи, принципы деятельности.
Внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика.
Организация издания печатной продукции.

Тема 2.2. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти.

Вопросы к теме:

Очная форма

Общая характеристика органов муниципальной власти.
Основные положения ФЗ «О муниципальной службе в РФ».
Специфика и направления деятельности связей с общественностью в органах местного самоуправления.
Организация и задачи ПР-деятельности в администрации муниципального образования.

Тема 2.3. Государственный маркетинг.

Вопросы к теме:

Очная форма

Понятие «государственный маркетинг».
Основные цели государственного маркетинга.
Субъект и объект, комплекс государственного маркетинга.
Уровни государственного маркетинга.
Особенности формирования маркетинговых систем на уровнях.

Тема 2.4. Государственная реклама.

Вопросы к теме:

Очная форма

Система маркетинговых коммуникаций в органах власти, место государственной рекламы в ней.
Понятие и классификации государственной рекламы
Цели государственной рекламы.
Средства государственной рекламы.
Различие государственной и социальной рекламы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Заочная форма

Система маркетинговых коммуникаций в органах власти, место государственной рекламы в ней.

Понятие и классификации государственной рекламы

Цели государственной рекламы.

Средства государственной рекламы.

Различие государственной и социальной рекламы.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Система государственного управления в современной России
2. Цели рекламы и ПР в органах государственной власти
3. Принципы рекламной и ПР-деятельности в органах государственной власти
4. Функции связей с общественностью в органах власти
5. Основные задачи-направления в информационной политике госструктур
6. Противодействие негативной информации СМИ
7. Виды негативной информации
8. Организация и ведение официального сайта органа власти
9. Место службы связей с общественностью в органах власти
10. Структура службы по связям с общественностью в органе государственной
11. власти
12. Особенности взаимодействия госучреждений с различными видами СМИ

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

13. Блоггинг в информационной политике органа власти
14. Работа с социальными сетями в информационной политике органа власти
15. Специфика внешнекорпоративной PR-деятельности в органах государственной
16. власти: задачи, аудитории
17. Работа с общественностью и целевыми аудиториями в органах власти
18. Работа с внешними организациями органа власти
19. Special events в имиджевой политике госучреждения
20. Специфика внутрикорпоративной PR-деятельности в органах государственной
21. власти.
22. Инструменты внутрикорпоративной PR-деятельности в органах государственной власти
23. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления
24. Организация PR-деятельности в администрации муниципального образования:
25. задачи, направления
26. Государственный маркетинг: понятие, цели.
27. Объекты и субъекты государственного маркетинга.
28. Комплекс государственного маркетинга
29. Уровни государственного маркетинга
30. Государственная реклама: понятие, классификации
31. Цели государственной рекламы
32. Специфика государственной рекламы в зависимости субъекта
33. Виды государственной рекламы.
34. Проблема соотношения социальной и государственной рекламы

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019г.).

По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. Раздел 1. Специфика организации ПР и рекламы в деятельности государственных структур			
Тема 1.1. Общая характеристика органов государственной власти	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	
Тема 1.2. Место, цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти и госучреждениях	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование
Тема 1.3. Общая характеристика субъектов государственного ПР - рынка	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	
Тема 1.4. Организация работы со средствами массовой информации.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	
Тема 1.5. Взаимодействие государственных структур с общественностью и целевыми аудиториями населения	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	
Раздел 2. Новые направления ПР и рекламы в органах государственной власти			
Тема 2.1. Внутрикорпоративная деятельность связей с общественностью в органах государственной власти.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	
Тема 2.2. Особенности связей с	Проработка учебного материала с	4	

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
общественностью в органах муниципальной власти.	использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.		
Тема 2.3. Государственный маркетинг.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование
Тема 2.4. Государственная реклама.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. Раздел 1. Специфика организации ПР и рекламы в деятельности государственных структур			
Тема 1.1. Общая характеристика органов государственной власти	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	
Тема 1.2. Место, цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти и госучреждениях	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 1.3. Общая характеристика субъектов государственного ПР - рынка	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1.4. Организация работы со средствами массовой информации.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	
Тема 1.5. Взаимодействие государственных структур с общественностью и целевыми аудиториями населения	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	
Раздел 2. Новые направления ПР и рекламы в органах государственной власти			
Тема 2.1. Внутрикорпоративная деятельность связей с общественностью в органах государственной власти.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	7	
Тема 2.2. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	7	
Тема 2.3. Государственный маркетинг.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование
Тема 2.4. Государственная реклама.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы основная

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В.А. Ачкасова, И.А. Быков, А.Ю. Дорский [и др.] ; В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. - Москва : Юрайт, 2023. - 163 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/516613> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-07448-2 : 729.00. / .— ISBN 0_498420

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

2. Борщевский Георгий Александрович. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г.А. Борщевский ; Г. А. Борщевский. - Москва : Юрайт, 2023. - 261 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/510237> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-15901-1 : 1069.00. / .— ISBN 0_491080

дополнительная

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник / М. М. Васильева, С. Б. Елина, Ю. Г. Жеглова [и др.]. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 432 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/535904> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-14228-0 : 1719.00. / .— ISBN 0_523936

2. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В.А. Ачкасова, А.Б. Белоусов, С.Н. Большаков [и др.] ; В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2023. - 438 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/511288> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-14000-2 : 1669.00. / .— ISBN 0_492231

3. Кургаева Ж. Ю. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / Ж. Ю. Кургаева ; Кургаева Ж. Ю. - Казань : КНИТУ, 2022. - 112 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции КНИТУ - Экономика и менеджмент. - Режим доступа: ЭБС "Лань"; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-7882-3185-3. / .— ISBN 0_509439

учебно-методическая

1. Кремнева Н. Ю. Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. Ю. Кремнева ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 357 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_41707.

б) Программное обеспечение

- Операционная система "Альт образование"
- Офисный пакет "Мой офис"

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека :

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС **Znanium.com** : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик	Кандидат социологических наук	Кремнева Наталья Юрьевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО