

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ АГРАРНЫЙ ИНСТИТУТ – филиал ФГБОУ ВО

«Иркутский государственный аграрный университет  
имени А.А. Ежевского»

Экономический факультет

Кафедра Экономики и менеджмента

Л.М.Гаврилова

**Управление общественными отношениями**

Методические указания и задания  
для выполнения самостоятельной и контрольной работы  
для заочной формы обучения  
Экономического факультета по специальности  
38.05.01 – «Экономическая безопасность»  
профиль «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»

Чита 2017

Методические указания и задания для выполнения самостоятельной и контрольной работы для студентов заочной формы обучения Экономического факультета по специальности 38.05.01 – «Экономическая безопасность» профиль «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»

Составитель: к.э.н., доцент Л.М.Гаврилова

Рецензенты: к.э.н., доцент Н.В.Шнаркина

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и менеджмента ЗабАИ и рекомендовано к изданию «17 » **апреля** 2017 г. Протокол №4

Утверждено Методической комиссией экономического факультета ЗабАИ  
« 24 » апреля 2017 г., протокол № 4

Методические указания предназначены для студентов заочного обучения и предусматривают освоение курса знаний теоретического характера. В методических указаниях определены цель и задачи выполнения контрольной работы, требования к содержанию, структуре и оформлению.

Методические указания соответствуют требованиям ФГОС ВО и примерной учебной программе дисциплины: по специальности 38.05.01 – «Экономическая безопасность» профиль «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»

© Л.М.Гаврилова, 2017

© ЗабАИ, 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |    |
|--|----|
| Пояснительная записка.....   | 4  |
| 1.Цели и задачи дисциплины .....   | 5  |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП.....                                  | 5  |
| 3. Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины..... | 5  |
| 4.Структура дисциплины.....  | 7  |
| 5. Содержание дисциплины (модуля).....                                     | 7  |
| 6. Образовательные технологии.....   | 9  |
| 7. Перечень вопросов для проведения итогового контроля успеваемости.....   | 9  |
| 8. Методические указания для самостоятельного изучения дисциплины.....     | 12 |
| 9.Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....         | 14 |

## Пояснительная записка

Управление общественными отношениями (паблик рилейшнз) — достаточно молодая, но быстро развивающаяся научная дисциплина, предметом изучения которой является управленческая функция коммуникаций между организацией и общественностью в публичном пространстве современного социума. Данная дисциплина предназначена для того, чтобы сформировать у будущих государственных и муниципальных служащих теоретические представления о сущности публичной коммуникации; ее основных элементах и процессах; общественном мнении как базовом структурном элементе связей организации и общественности; качественных характеристиках и механизмах функционирования современных средств массовой коммуникации и т. д. Практические задания нацелены на отработку навыков применения принципов связей с общественностью в структуре органов государственной власти и управления.

Реализация данной *цели* предполагает решение следующих основных *задач*: сформировать представление об управлении общественными отношениями (паблик рилейшнз) как о самостоятельной коммуникативной системе, которая играет важнейшую роль в воспроизводстве и функционировании современных общественных систем; ознакомить слушателей с основными процессами управления общественными отношениями (паблик рилейшнз) на различных системных уровнях современного социума; дать комплексное представление о сущности и функциях современных средств массовой коммуникации и их использовании в коммуникативных технологиях связей с общественностью.

Учебно-методические материалы составлены в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования. Основная задача дисциплины – формирование знаний, умений, навыков, компетенций, исходя из теории и практики управления общественными отношениями как искусства и науки развития общества путем гармонизации общественных отношений, разрешения противоречий в различных сферах общественной жизни.

Учебный курс построен на принципах научности, объективности, всесторонности, системности и последовательности изложения материала. Последнее достигается тем, что основную часть курса предваряют разделы, помогающие студентам лучше понять суть и специфику работы, осуществляемой в сфере управления общественными отношениями. Системность изложения материала обеспечивается за счет рассмотрения PR как сложной системы, состоящей из нескольких подсистем в различных сферах жизни общества. Объективность и всесторонность изложения материала достигается благодаря использованию в рабочей программе материалов различных авторов, с разных сторон освещающих формы и методы PR.

В результате изучения дисциплины студент должен знать предмет и основные функции общественных отношений; основополагающие нормативные документы по дисциплине; принципы и методы и приемы управления общественными отношениями; технологии взаимодействия с населением и СМИ; - основы организации PR-акций в сфере государственного управления, коммерции, третьем секторе экономики и пр.

Практические задания, предложенные в учебно-методических материалах, позволяют студенту закреплять теоретический материал, формируют навыки его практического применения.

Тест для самопроверки дает возможность более целенаправленно подготовиться к зачёту по данному курсу. Основную роль в обучении студентов играет самостоятельная работа, которая предполагает прочтение учебников, монографий, научных статей, работу со статистическими материалами, а также с периодической печатью.

Преподавание и изучение дисциплины «Управление общественными отношениями» осуществляется в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта для студентов по специальности «Экономическая безопасность».

## 1. Цели и задачи дисциплины

**Целью изучения дисциплины** является получение студентами теоретических знаний и развитие практических навыков, необходимых для эффективного управления процессами и отношениями, развивающимися в обществе.

**Достижение этой цели предполагает решение следующих задач:**

- представить основные понятия и положения дисциплины;
- дать представление о принципах и технологиях взаимодействия с различными аудиториями;
- изучить процесс коммуникации и способы управления им;
- рассмотреть специфику различных групп общественности (в сфере власти, коммерции и пр.) и их способы воздействия;
- определить суть общественного мнения, правила его формирования и управления;
- изучить возможности использования СМИ при управлении общественными отношениями;
- определить этические и правовые основы взаимодействия с общественностью.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Управление общественными отношениями» относится к базовой части профессионального цикла (Б1.В.ОД.5) и взаимосвязана с дисциплинами в которых формулируются требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента. Дисциплина «Управление общественными отношениями» является предшествующей для дисциплин таким как:

Профессиональная этика и служебный этикет, Управление персоналом, Управление человеческими ресурсами, Управление конфликтами, Конфликтология, Культура делового общения.

Кроме того, для изучения курса требуется знание базовой части курса:

- Иностранный язык,
- Философия.

## 3. Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных (ПК) компетенций, представленных в таблице 1.

Таблица 1 - Требования к результатам освоения учебной дисциплины

| Трудовое действие                 | Наименование компетенции, необходимой для выполнения трудового действия (планируемые результаты освоения ОП) | Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции |
|-----------------------------------|--|---|
| <b>Общекультурные компетенции</b> |  |   |
|                                   | <b>(ОК-8)</b>  | <b>В области знания и понимания (А)</b>   |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   | Способностью принимать оптимальные организационно-управленческие решения   | <p><b>Знать:</b> виды и способы принятия оптимальных организационно-управленческих решений</p> <p><b>В области интеллектуальных навыков (В)</b></p> <p><b>Уметь:</b> принимать оптимальные организационно-управленческие решения</p> <p><b>В области практических умений (С)</b></p> <p><b>Владеть:</b> методами принятия оптимальных организационно-управленческих решений;</p>   |
|   | <p><b>(ОК-9)</b></p> <p>Способностью организовывать свою жизнь в соответствии с социально-значимыми представлениями о здоровом образе жизни</p>        | <p><b>В области знания и понимания (А)</b></p> <p><b>Знать:</b> принципы, закономерности, тенденции развития физического воспитания в стране, мире</p> <p><b>В области интеллектуальных навыков (В)</b></p> <p><b>Уметь:</b> Достигать и поддерживать должный уровень физической подготовленности, необходимой для обеспечения социальной активности и полноценной профессиональной деятельности</p> <p><b>В области практических умений (С)</b></p> <p><b>Владеть:</b> навыками организации своей жизни в соответствии с социально-значимыми представлениями о здоровом образе жизни;</p>   |
| <b>Профессиональные компетенции</b>   |  |  |
| <b>Обобщенная трудовая функция</b>  |  |  |
| Организация финансового мониторинга в целях ПОД/ФТ в организации  |  |  |
| <b>Трудовая функция - С/01.8</b> Организация разработки правил внутреннего контроля в целях ПОД/ФТ в организации  |  |  |
| <p><b>Трудовое действие -</b><br/> Определение функций и обязанностей подразделений и работников организации по обеспечению выполнения правил внутреннего контроля в целях ПОД/ФТ</p> | <p><b>(ПК-42)</b></p> <p>Способностью планировать и организовывать служебную деятельность подчиненных, осуществлять контроль и учет ее результатов</p> | <p><b>В области знания и понимания (А)</b></p> <p><b>Знать:</b> нормы профессиональной этики, возможные пути (способы) разрешения нравственных конфликтных ситуаций в профессиональной деятельности</p> <p><b>В области интеллектуальных навыков (В)</b></p> <p><b>Уметь:</b> соблюдать правила вежливости и культуры поведения в профессиональной деятельности; правильно строить общение с коллегами в служебном коллективе и с гражданами, в том числе с представителями различных социальных групп, национальностей и конфессий; диагностировать причины конфликта, вырабатывать и применять стратегии поведения в ходе конфликтного поведения, использовать различные методы и спо-</p> |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | собы предотвращения и конструктивно-го разрешения конфликтов  |
|  |  | <b>В области практических умений (С)</b>  |
|  |  | <b>Владеть:</b> навыками конструктивного общения в процессе профессиональной деятельности, выстраивания социальных и профессиональных взаимодействий с учетом этнокультурных и конфессиональных различий; навыками установления психологического контакта, визуальной психодиагностики и психологического воздействия, правильного поведения в конфликтной ситуации |

#### 4. Структура дисциплины

Таблица 2- Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы составляет 3 зачетные единицы 108 часа

| Вид учебной работы                 | Всего часов | Семестр 4- ый |
|------------------------------------|-------------|---------------|
| 1                                  | 2           | 3             |
| Общая трудоемкость                 | 108         | 108           |
| Аудиторная работа:                 | 10          | 10            |
| Лекции (Л)                         | 4           | 4             |
| Практические занятия (ПЗ)          | 6           | 6             |
| Самостоятельное изучение разделов: | 98          | 98            |
| Форма промежуточной аттестации     | зачет       | зачет         |

#### 5. Содержание дисциплины (модуля)

Таблица 3 - Разделы дисциплины и виды занятий

| Календарные сроки | Содержание занятий   | Часы   |        |        | Форма контроля                          |
|-------------------|--|--------|--------|--------|---|
|                   |  | Лекции | Практ. | Лабор. |   |
| 1                 | Управление общественными отношениями (Паблик Рилейшенз): значение, содержание, история становления | 0,5    | 0,5    |        | Индивидуальная раб, коллоквиум          |
| 2                 | Основы коммуникации  | 0,5    | 0,5    |        | Решение ПЗ, выполнение упражнения       |
| 3                 | Отношения со СМИ (MEDIARELATIONS)  | 0,5    | 1      |        | коллоквиум, рефераты,                   |
| 4                 | Отношения с государством и местной властью (политические PR)                                       | 0,5    | 0,5    |        | Решение ПЗ, выполнение упражнений, эссе |
| 5                 | Спонсорство. Отноше-   | 0,5    | 0,5    |        | групповое об-                           |

|   |  |     |   |  |  |
|---|--|-----|---|--|--|
|   | ния со спонсорами  |     |   |  | суждение, решение ПЗ                   |
| 6 | Отношения с занятыми                                       | 0,5 | 1 |  | Групповой опрос, рефераты,             |
| 7 | Работа специалиста PR по организации специальных событий   | 0,5 | 1 |  | групповое обсуждение, решение          |
| 8 | Формирование публичности (имиджа) организации <sup>1</sup> | 0,5 | 1 |  | Деловая игра, разбор и анализ ситуации |
|   | ИТОГО  | 4   | 6 |  |  |

Таблица 4- Тематическое содержание дисциплины

| № п/п | Тема и краткое содержание темы  |
|-------|---|
| I     | III   |
| 1     | <b>ТЕМА 1. Управление общественными отношениями (Паблик Рилейшенз): значение, содержание, история становления</b><br>1. Подходы к определению PR.<br>2. Основные функции, цели и операции, используемые в PR.<br>3. Определение основных понятий<br>4. Становление PR как области знаний и сферы деятельности   |
| 2     | <b>ТЕМА 2. Основы коммуникации</b><br>1. Коммуникационный процесс и PR. Классификация информации<br>2. Модели коммуникации<br>3. Вербальная коммуникация в PR: подготовка публичных выступлений и правила составления текстовых материалов  |
| 3     | <b>ТЕМА 3. Отношения со СМИ (MEDIARELATIONS)</b><br>1. Общая характеристика СМИ и общие правила организации отношений с ними<br>2. Функции пресс-службы. Мониторинг СМИ<br>3. Фильм и аудиовизуальные средства в PR   |
| 4     | <b>ТЕМА 4. Отношения с государством и местной властью (политические PR)</b><br>1. Отделы по связям с общественностью в местных органах власти: специфика и основные направления деятельности<br>2. Лоббизм (лоббирование)<br>3. Взаимодействие государства и населения: сфера предоставления государственных услуг<br>4. Спин-доктор в политической сфере   |
| 5     | <b>ТЕМА 5. Спонсорство. Отношения со спонсорами</b><br>1. Задачи, решаемые с помощью спонсорства<br>2. Основные факторы рынка спонсорства<br>3. Виды спонсорства и основные спонсируемые категории собственности<br>4. Системный цикл спонсоринга для спонсора и фандрайзинга для спонсируемого<br>5. Спонсорский пакет<br>6. Этапы самостоятельной организации проекта спонсорским агентством<br>7. Бюджет проекта и его оптимизация<br>8. Спонсорство и благотворительность |
| 6     | <b>ТЕМА 6. Отношения с занятыми</b>   |



|   |  |
|---|--|
|   | 1. Рост значимости отношений с занятыми<br>2. Базовые направления внутреннего маркетинга организации<br>3. Средства внутриорганизационных коммуникаций   |
| 7 | <b>ТЕМА 7. Работа специалиста PR по организации специальных событий</b><br>1. Специальные события: специфика, значение, общие правила организации<br>2. Характеристика некоторых видов специальных событий |
| 8 | <b>ТЕМА 8. Формирование публицити (имиджа) организации<sup>1</sup></b>   |

Таблица 5-Матрица формирования компетенций по дисциплине  
«Управление общественными отношениями»

| № п/п | Разделы, темы дисциплины   | ОК-8 | ОК-9 | ПК-42 |
|-------|--|------|------|-------|
| 1     | Управление общественными отношениями (Паблик Рилейшенз): значение, содержание, история становления |      | +    | +     |
| 2     | Основы коммуникации  | +    |      | +     |
| 3     | Отношения со СМИ (MEDIARELATIONS)  |      | +    | +     |
| 4     | Отношения с государством и местной властью (политические PR)                                       | +    | +    | +     |
| 5     | Спонсорство. Отношения со спонсорами   | +    | +    | +     |
| 6     | Отношения с занятыми   | +    |      | +     |
| 7     | Работа специалиста PR по организации специальных событий   | +    | +    | +     |
| 8     | Формирование публицити (имиджа) организации <sup>1</sup>   |      | +    | +     |

## 6. Образовательные технологии

Таблица 6 - Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

| Семестр | Вид занятия (Л, ПР.) | Используемые интерактивные образовательные технологии | Количество часов |
|---------|----------------------|---|------------------|
| 5       | Л                    | Интерактивный диалог                                  | 2                |
|         | ПР                   | Миниконференция, презентация, коллоквиум              | 2                |
| Итого:  |                      |   | 4                |

## 7. Перечень вопросов для проведения итогового контроля успеваемости:

1. Что такое коммуникация и информация? (ОК-8, ОК-9, ПК- 42)
2. Кто такие лидеры мнений? (ОК-8, ПК- 42)
3. Назовите 5 целей ПР по Викентьеву. (ОК-9, ПК- 42)
4. Для чего проводятся специальные события? (ОК-8, ОК-9, ПК- 42)
5. Назовите 4 основные функции ПР. (ОК-8ПК- 42)

6. Что необходимо для того, чтобы получатель понял сообщение, переданное ему источником? (ОК-9, ПК- 42)
7. Для чего необходимо выявлять ключевые [контактные] аудитории? (ОК-8, ОК-9,)
8. Назовите специальные события, используемые в ПР., ОК-9, ПК- 42)
9. Перечислите возможные коммуникационные барьеры. (ОК-8, ОК-9, ПК- 42)
10. Что такое общественное мнение? (ОК-8, ПК- 42)
11. Назовите прямые методы лоббирования. (ОК-8, ОК-9, ПК- 42)
12. Источник информации и коммуникатор (ОК-8ПК- 42)
13. Назовите компоненты фирменного стиля. (, ОК-9, ПК- 42)
14. Что такое позиционирование ПР-объекта? (ОК-8,)
15. Какие новые компоненты добавил Г.Лассуэл в коммуникационную цепочку в 1950-е гг.? (ОК-8, ОК-9)
16. Положительная и отрицательная обратная связь. (ОК-9, ПК- 42)
17. Аккредитация журналистов: что это такое, для чего она нужна? (ОК-8, ПК- 42)
18. Что такое пресс-релиз? (ОК-8, ОК-9, ПК- 42)
19. Что представляет собой тактика «постепенного разворачивания информационного клубка»? (ОК-8, ОК-9, ПК- 42)
20. Назовите возможные методы оценки реализации ПР-проекта. (ОК-8, ОК-9, ПК- 42)
21. Для чего нужны специальные события в организации? (ОК-9, ПК- 42)
22. Перечислите непрямые методы лоббирования. (ОК-8, ПК- 42)
23. Назовите каналы передачи сообщений, их плюсы и недостатки. (ОК-8, ОК- 9, ПК- 42)
24. Что такое паблисити? (ОК-8, ОК-9,)
25. Дайте определение общественности. (ОК-8, ПК- 42)
26. Что представляет собой операция присоединения к позитиву? (ОК-8, ПК- 42)
27. Кто является основоположником событийной коммуникации? В чем заключается ее специфика? (ОК-9, ПК- 42)
28. Чем антиреклама отличается от контррекламы? (ОК-8, ПК- 42)
29. Модель ИСКП (ОК-9, ПК- 42)
30. Назовите особенности общественного мнения? (ОК-8, ОК-9, ПК- 42)
31. В чем заключается суть Закона о федеральном регулировании лоббирования [США, 1946 г.]? (ОК-9, ПК- 42)

32. Что такое целевая аудитория и вовлеченные группы? (ОК-8, ПК- 42)
33. Назовите основные характеристики специальных событий. (ОК-8, ПК- 42)
34. Изложите основные этапы становления института лоббирования в России.  
(ОК-8, ОК-9,)
35. В чем заключается суть позиционирования PR-объекта? (ОК-9, ПК- 42)

## **8. Методические указания для самостоятельного изучения дисциплины**

### **8.1 ЗАДАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

#### Методические указания к выполнению контрольных работ

Цель контрольной работы заключается в проверке умения студентов обобщать, анализировать практические материалы, связывать их с теоретическим материалом по предложенной теме и делать выводы экономического характера.

При выполнении контрольной работы необходимо показать знание основной учебной и дополнительной литературы, материалов периодической печати, умение делать расчеты показателей, характеризующих определенные социально-экономические процессы и объекты и грамотно интерпретировать полученные показатели.

Выполненная контрольная работа посылается на рецензирование в институт в установленный графиком срок. Положительно выполненная работа допускается к собеседованию. Если контрольная работа не допускается к собеседованию, то студент обязан ее переделать в соответствии с замечаниями рецензента.

Контрольная работа оформляется в соответствии со следующими требованиями:

1. Работа выполняется на белой бумаге формата А4, текст работы излагается на одной стороне листа. Каждая страница оформляется со следующими полями: левое – 30 мм; верхнее – 20 мм; правое – 10 мм; нижнее – 20 мм.

2. Работа должна иметь титульный лист, оформленный соответствующим образом.

3. Объем работы должен составлять 10-15 страниц.

4. Все страницы работы нумеруются арабскими цифрами по порядку от титульного листа до последнего без пропусков и повторений. Порядковый номер страницы ставится в правом нижнем углу страницы.

5. Работа должна содержать список литературы, использованной при выполнении контрольной работы. Литература группируется в списке в следующем порядке:

1) нормативно-правовые акты органов законодательной и исполнительной власти: Конституция, законы, указы, Президента РФ, постановления Правительства РФ – в хронологической последовательности;

2) ведомственные правовые акты в хронологической последовательности;

3) источники статистических данных в хронологической последовательности;

4) книги и статьи на русском языке – в алфавитном порядке;

5) книги и статьи на иностранных языках – в алфавитном порядке.

6) ресурсы «Интернет»

Включенная в список литература нумеруется сплошным порядком от первого до последнего названия.

При выполнении контрольной работы необходимо руководствоваться настоящим методическим пособием и рекомендуемой литературой, включая нормативные акты Российской Федерации и органов местного самоуправления; использовать знания, полученные при изучении данной дисциплины.

Знания, полученные в процессе изучения курса "Бюджетная система Российской Федерации", должны использоваться при изучении специализированных курсов, при вы-

полнении дипломных работ и в последующей практической деятельности в органах государственной власти и местного самоуправления, в учреждениях, состоящих на бюджете.

Студенты, изучающие дисциплину «Управление общественными отношениями», выполняют контрольную работу по специально разработанным вариантам.

Номер темы контрольной работы должен совпадать с последней цифрой номера личного дела студента. Например:

| Номер зачетной книжки | Номер варианта контрольной работы |
|-----------------------|-----------------------------------|
| 896221                | 1 (11)                            |
| 897027                | 7 (17)                            |
| 891820                | 10 (20)                           |

## 8.2 Задания к контрольной работе и методические указания по ее выполнению

### Вариант №1

1. Вербальные коммуникации в ПР.
2. Лоббизм: специфика деятельности, набор действий, методы работы.

### Вариант №2

1. Невербальные коммуникации в ПР.
2. Мероприятия ПР по работе с занятыми.

### Вариант №3

1. Правила составления текстовых материалов.
2. Информационные потребности жителей региона и местной власти. Результативные формы прямой и обратной связи.

### Вариант №4

1. Формирование паблисити организации: цели, правила, средства ПР.
2. Правила написания пресс-релиза и размещения материалов в прессе.

### Вариант №5

1. Общие правила отношений со СМИ.
2. Средства внутриорганизационных коммуникаций (листки новостей, управленческие публикации, доски объявлений, ежегодные отчеты для занятых).

### Вариант №6

1. Работа специалистов ПР на уровне субъектов федерации и на местном уровне.
2. Организация и проведение приемов.

### Вариант №7

1. Материалы для прессы: бэкграундер, медиа-кит, кейс-история, факт-лист и т.д.
2. Работа специалиста ПР по подготовке и проведению презентации.

### Вариант №8

1. Жанры информационной публицистики: репортаж, интервью, заметка, отчет, выступление.
2. Специальные события в ПР: их значение и этапы подготовки. Примеры специальных событий.

### Вариант №9

1. Принципы современных коммуникаций с занятыми. Рост значимости внутриорганизационных коммуникаций.
2. Работа менеджера ПР по продвижению товаров и услуг.

### Вариант №10

1. Правила подготовки и проведения пресс-конференций и конференций.
2. Отношения с потребителями: их значимость и цели. Офис разбора претензий.

### Вариант №11

1. Работа службы ПР с радио и телевидением: цели, принципы эффективности и целесообразности.

2. Рост значимости отношений с занятыми.

#### **Вариант №12**

1. Фильм и аудиовизуальные средства в ПР.

2. Работа менеджера ПР по проведению круглых столов.

#### **Вариант №13**

1. Профессиональное поведение в области ПР.

2. Роль исследований в области ПР.

#### **Вариант №14**

1. Организация участия в выставке и определение ее эффективности.

2. Организация информационных служб при правительственных органах.

#### **Вариант №15**

1. Функции менеджера ПР. Управленческая компетенция специалистов ПР.

2. ПР в современных избирательных кампаниях.

#### **Вариант №16**

1. Основные цели ПР применительно к местному управлению

2. Правовые аспекты общественных отношений.

#### **Вариант №17**

1. Работа менеджера ПР по проведению Дней открытых дверей.

2. Схема коммуникации ИСКП: источник – сообщение – канал – получатель. Детализация ее составляющих.

#### **Вариант №18**

1. Реклама и ПР.

2. Работа менеджера ПР по проведению церемоний открытия.

#### **Вариант №19**

1. Предупреждающие сигналы развития кризиса. Подготовка к кризису.

2. Слухи.

#### **Вариант №20**

1. Становление ПР как области знаний и сферы деятельности.

2. Правила поведения в кризисных ситуациях. Типичные ошибки.

#### **Вариант №21**

1. Классификация кризисов.

2. Отношения со спонсорами. Фандрайзинг.

## **9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **Рекомендуемая литература:**

#### **Основная:**

1. Настольная энциклопедия PR.» - М.: Альпина Паблишер, 2003. ред. Харитонova Е.

2. Почепцов Г.Г. «ПР, или Как успешно управлять общественным мнением» Изд. 3, М., 2004.

3. Пашенцев Е.Н. «ПР: от бизнеса до политики» 2-е изд. - М. 2000.

4. «ПР против кризисов: механизмы управления» Сборник материалов международной конференции «ПР против кризисов: механизмы управления» 26-27 января, 1999 г. М.

5. Варакута С.А., Егоров Ю.Н. «Связи с общественностью» Учеб. Пособие. - М.: Инфра - М, 2001.

6. Песоцкий Е. Современная реклама. Теория и практика. - Ростов н/Д: Феникс, 2001

7. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика./ Пер. с англ. М., 2002

8. PR: понятия, история, структура. / Под ред. Чуликова П.Н. Связи с общественностью. - М., 2001
9. Ромат Е.В. Реклама: история, теория, практика. - СПб.: Питер, 2002
10. Серегина Т.К., Титкова Л.М. Реклама в бизнесе. / Информационно-внедренческий центр «Маркетинг».
11. Феофанов О. Реклама: новые технологии в России: Учеб. пос. - СПб., 2000
12. Восколович, Н.А. Экономика, организация и управление общественным сектором [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика» и экономическим специальностям/ Восколович Н.А., Жильцов Е.Н., Еникеева С.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 367 с.— Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/52596\\*](http://www.iprbookshop.ru/52596*)
13. Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: [http://www.iprbookshop.ru/5774\\*](http://www.iprbookshop.ru/5774*)
14. Мамедова, Н. А. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс] : учеб. практ. пособие / Н. А. Мамедова, Т. А. Кривова. – Электрон. дан. – Москва : ЕАОИ, 2011. – 92 с. – Режим доступа : [http://www.iprbookshop.ru/10882\\*](http://www.iprbookshop.ru/10882*)
15. Голуб, О. Ю. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. – Электрон. текстовые дан. – Москва : Дашков и К, 2011. – 338 с. – Режим доступа : [http://www.iprbookshop.ru/644\\*](http://www.iprbookshop.ru/644*)
16. Дементьев, А. Н. Соотношение предмета и методов правового регулирования общественных отношений в сфере местного самоуправления / А. Н. Дементьев // Конституционное и муниципальное право. – 2011. – № 1. – С. 46-53.\*
17. Капитонов, Э. А. Управление общественными отношениями : учеб. пособие для вузов / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. – М. : Дашков и К, 2010. – 366 с.\*
18. Управление общественными отношениями : учеб. пособие для вузов / ред. Ю. К. Федулов. – М.: Инфра-М; Вузовский учебник, 2011. – 151 с.\*
19. Связи с общественностью : теория, практика, коммуникационные стратегии : учеб. пособие для вузов / ред. В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. – Москва : АспектПресс, 2011. – 197 с. – Режим доступа : [http://www.iprbookshop.ru/8968\\*](http://www.iprbookshop.ru/8968*)
20. Сергеев, Д. Б. Общественные отношения в муниципальном образовании : правовые аспекты / Д. Б. Сергеев // Российская юстиция. – 2011. – № 12. – С. 21-24.\*

#### **Дополнительная:**

1. Аравина, Т. И. Лоббизм: национальные образцы и степень социальной приемлемости / Т. И. Аравина, Ю. Ю. Кузнецов // Социологические исследования. - 2000. - № 9. - С. 59 - 63. 28
2. Баркеро Кабреро, Х. Д. Связи с общественностью в мире финансов. Ключ к успеху / Х. Д. Баркеро Кабреро; пер. с англ. - М. : Дело, 1997. - 80 с.
3. Богданов, Е. Н. Психологические основы «Паблик рилейшнз» / Е. Н. Богданов, В. Г. Зазыкин. - СПб. : Питер, 2004. - 204 с.
4. Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR / Б. Л. Борисов. - М. : ФАИР - ПРЕСС, 2001. - 624 с.
5. Василенко, А. Б. Пиар крупных российских корпораций / А. Б. Василенко. – М. : ГУ ВШЭ, 2001. – 304 с.
6. Вердербер, Р. Психология общения / Р. Вердербер, К. Вердербер. – СПб. : Прайм – Еврознак, 2003. – 320 с.
7. Вилер, К. Без эффективной коммуникации нет эффективного управления. Отличительный облик и имидж местной администрации / К. Вилер; пер. с англ. - Обнинск : Институт муниципального управления, 2002. - 56 с.

8. Вилер, К. Организация системы коммуникаций в органах местного самоуправления / К. Вилер; пер. с англ. - Обнинск : Институт муниципального управления, 2002. - 36 с.
9. Вилер, К. Работа органов местного самоуправления со СМИ / К. Вилер; пер. с англ. - Обнинск : Институт муниципального управления, 2001. - 53 с.
10. Ворошилов, В. В. Современная пресс - служба / В. В. Ворошилов. - СПб. : изд-во Михайлова В. А., 2005. - 256 с.
11. Вуйма, А. Ю. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только / А. Ю. Вуйма. - СПб. : БХВ - Петербург, 2005. - 224 с.
12. Гартон, Э. Паблицити: жми сюда / Э. Гартон; пер. с англ. - СПб. : Питер, 2003. - 267 с.
13. Грачев, Г. В. Информационные технологии политической борьбы в российских условиях / Г. В. Грачев // Политические исследования. - 2000. - № 3. - С. 151 - 156.
14. Грин, Э. Креативность в публичных рилейшнз / Э. Грин; пер. с англ. под ред. А. Н. Андреевой. - СПб. : Нева, 2004. - 255 с.
15. Дорский, А. Ю. Правовое обеспечение PR / А. Ю. Дорский. - СПб. : Питер, 2005. - 208 с.
16. Доскова, И. С. Public relations: теория и практика / И. С. Доскова. - М. : Альфа - пресс, 2004. - 152 с.
17. Жуковский, И. Слухи. Новая функция менеджера по персоналу / И. Жуковский // Управление персоналом. - 2004. - № 22. - С. 56 - 57.
18. Зайцева, А. А. Перспективы развития законодательства в информационной сфере / А. А. Зайцева // Юрист. - 2006. - № 7. - С. 41 - 44.
19. Зборовский, Г. Е. Социология управления / Г. Е. Зборовский, Н. Б. Костина. - М. : Гардарики, 2007. - 272 с. 29
20. Иванова, К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR - текстов / К. А. Иванова. - СПб. : Питер, 2006. - 160 с.
21. Информационная безопасность России. - М. : Экзамен, 2003. - 560 с.
22. Капитонов, Э. А. Корпоративная культура и PR / Э. А. Капитонов, А. Э. Капитонов. - М. - Ростов-на-Дону : Март, 2003. - 413 с.
23. Капитонов, Э. А. Корпоративная культура: теория и практика / Э. А. Капитонов и др. - М. : Альфа - Пресс, 2005. - 352 с.
24. Катлип, С. М. Паблик рилейшнз. Теория и практика / С. М. Катлип, А. Х. Центр, Г. М. Брум; пер. с англ. - М. : Вильямс, 2001. - 615 с.
25. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и методика / Ф. Китчен; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - М. : ЮНИТИ, 2004. - 445 с.
26. Кобликов, А. С. Юридическая этика / А. С. Кобликов. - М. : Норма, 2005. - 176 с.
27. Ковальчук, А. С. Основы имиджологии и делового общения / А. С. Ковальчук. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. - 256 с.
28. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. - М. : Академический проект, 2005. - 432 с.
29. Коптелов, А. Построение эффективной системы управления информационной безопасностью компании / А. Коптелов, В. Беркович // Проблемы теории и практики управления. - 2006. - № 6. - С. 76 - 86.
30. Корконосенко, С. Г. Основы журналистики / С. Г. Корконосенко. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 287 с.
31. Куница, В. М. Межличностное общение / В. Н. Куница, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. - СПб. : Питер, 2001. - 544 с.
32. Лапина, М. А. Информационное право / М. А. Лапина. - М. : ЮНИТИ - ДАНА, Закон и право, 2004. - 335 с.
33. Лоббирование образования взрослых // Новые знания. - 2005. - № 3. - С. 18 - 23.

34. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс; пер. с англ. – СПб. : Питер, 1999. – 688 с.
35. Марков, С. PR в России больше чем PR. Технологии и версии / С. Марков. - М. : АСТ, Астрель, 2001. - 288 с.
36. Марков, С. Франчайзинг: решение проблем развития бизнеса / С. Марков // Проблемы теории и практики управления. - 2006. - № 3. - С. 104 - 107.
37. Мейтленд, Я. Рабочая книга PR - менеджера / Я. Мейтленд; пер. с англ. - СПб. : Питер, 2005. - 176 с.
38. Михайленко, Е. В. Актуальность новых подходов к регулированию информационных отношений / Е. В. Михайленко // Юрист. – 2004. - № 4. – С. 42 – 45.
39. Мордачев, В. Д. Манипулирование людьми: играем на слабостях / В. Д. Мордачев. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2005. - 250 с. 30
40. Музыкант, В. Л. Рекламные и PR - технологии в бизнесе, коммерции, политике / В. Л. Музыкант. - М. : Армада - пресс, 2001. - 688 с.
41. Назаретян, А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии / А. П. Назаретян. - СПб. : Питер, 2003. - 192 с.
42. Нисневич, Ю. А. Информация и власть / Ю. А. Нисневич. - М. : Мысль, 2000. - 175 с.
43. Оливер, С. Стратегия в публичных отношениях / С. Оливер; пер. с англ. - СПб. : Нева, 2003. - 157 с.
44. Ольшевский, А. С. Антикризисный PR и консалтинг / А. С. Ольшевский. - СПб. : Питер, 2003. - 426 с.
45. Ольшевский, А. С. Негативные PR - технологии / А. С. Ольшевский, А. С. Ольшевская. - М. : ИНФРА - М, 2004. - 329 с.
46. Публичных отношений. Связи с общественностью в сфере бизнеса. - М. : ЭКСМО, 1999. - 352 с.
47. Панкратов, В. М. Психотехнология управления людьми / В. Н. Панкратов. – М. : изд-во института Психотерапии, 2001. – 336 с.
48. Пашенцев, Е. Н. Публичных отношений: от бизнеса до политики / Е. Н. Пашенцев. - М. : Финпресс, 2002. - 368 с.
49. Песоцкий, Е. Современная реклама. Теория и практика / Е. Песоцкий. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. - 320 с.
50. Почепцов, Г. Г. Публичных отношений для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл – бук: Ваклер, 2001. – 624 с.
51. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика / пер. с англ. – М. : Имидж – контакт: ИНФРА – М, 2002. – 493 с.
52. Русаков, А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти / А. Ю. Русаков. - СПб. : изд-во Михайлова В. А., 2006. - 219 с.
53. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / под общ. ред. В. С. Комаровского. - М.: изд-во РАГС, 2001. - 519 с.
54. Северин, В. А. Правовые проблемы обеспечения информационной безопасности в Российской Федерации / В. А. Северин // Вестник Московского университета. Серия 11. Право. – 2000. - № 4. – С. 20 – 31.
55. Синяева, И. М. Публичных отношений в коммерческой деятельности / И. М. Синяева. - М. : ЮНИТИ, 2000. - 287 с.
56. Тихомирова, Е. Б. Лоббизм как специфическая форма коммуникаций с общественностью / Е. Б. Тихомирова // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. - 2002. - № 3. - С. 113 - 127.
57. Трофимова, И. П. Системы обработки и хранения информации / И. П. Трофимова. – М. : Высш. школа, 1989. – 191 с.
58. Федотова, Л. Н. Публичных отношений и общественное мнение / Л. Н. Федотова. - СПб. : Питер, 2003. - 352 с.
59. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе / Л. Н. Федотова. - М. : Камерон, 2005. - 464 с. 31



60. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации / Л. Н. Федотова. - СПб. : Питер, 2003. - 400 с.
61. Хованская, А. В. Достоинство человека: международный опыт правового понимания / А. В. Хованская // Государство и право. – 2002. - № 3. – С. 48 – 55.
62. Чибишев, В. М. Проблемы правового регулирования Интернет - отношений / В. М. Чибишев, А. В. Глушков // Юрист. – 2005. - № 7. – С. 45 – 47.
63. Чиркин, В. Е. Публичная власть / В. Е. Чиркин. – М. : Юрист, 2005. – 175 с.
64. Чукаева, У. А. Корпоративная культура и Паблик рилейшнз в промышленных организациях У. А. Чукаева // Социологические исследования. - 2000. - № 8. - С. 74 - 78.
65. Шерстнева, О. Защита коммерческой тайны / О. Шерстнева // Право и экономика. – 2006. - № 10. – С. 61 – 67.