

Л.И. Гриценко, Ю.А. Праскова

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ ПО КУРСУ
«УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ»
ДЛЯ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ВСЕХ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ
СПЕЦИАЛЬНОСТИ 080504
(Государственное и муниципальное управление)

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
экономического факультета
Амурского государственного
университета*

Л.И Гриценко, Ю.А. Праскова

Управление общественными отношениями. Учебно-методическое пособие.

- Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2007

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов всех форм, обучающихся по специальности «Государственное и муниципальное управление». В нем представлены лекционные и семинарские вопросы по каждой изучаемой теме, упражнения, тесты, ситуации, дан перечень тем докладов и рефератов, рекомендации по их подготовке; приведен список рекомендуемой литературы и методического обеспечения.

Рецензенты: В.А. Уваров, зав. кафедрой Муниципального управления
Дальневосточной академии госслужбы, доктор экон. наук,
профессор;

А. В. Плешивцев, канд. экон. наук, доцент.

ВВЕДЕНИЕ

Цель учебно-методического пособия «Управление общественными отношениями» - помочь студентам очной, заочной, сокращенно-заочной форм обучения в изучении данной дисциплины.

В учебно-методическом пособии представлены основные разделы курса, рассмотрены важнейшие положения теории. К каждой теме сформулированы вопросы для самопроверки. Даны упражнения, тесты, ситуации, что позволит закрепить теоретический материал. Вопросы для подготовки к зачету составлены с учетом содержания всего курса.

Список основной и дополнительной литературы, тематика рефератов и докладов отвечают основным направлениям и современному состоянию дисциплины.

Пособие может использоваться в учебном процессе преподавателями, студентами экономических специальностей всех форм обучения.

1. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

№ темы	Тема	Аудиторные занятия по формам обучения (час)			
		дневная		заочная	заочно-сокращен.
		Л	ПЗ	Л	Л
1.	Общественные отношения: природа и система управления	2	-	1	1
2.	История и современная концепция ПР	4	2	1	1
3.	ПР в системе коммуникаций	6	2	2	1
4.	Правовые и этические основы ПР	2	-	1	1
5.	Связи с общественностью в государственном управлении	6	4	3	3
6.	Анализ и формирование общественного мнения	2	2	1	1
7.	ПР и СМИ: формы взаимодействия и практические мероприятия	6	4	3	2
8.	Общие психологические основы ПР - деятельности	4	2	2	2
	Всего	32	16	14	12

Для заочной и заочно-сокращенной форм обучения предусмотрены только лекционные занятия.

2. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 1. Общественные отношения: природа и система управления

Предмет, структура и основные функции общественных отношений (ПР). общественные связи и их функции. ПР как управляющий элемент общественных связей. Определения ПР. Информационные процессы в обществе. Модели и методы управления информацией.

Тема 2. История и современная концепция ПР

Предпосылки возникновения ПР-деятельности. Становление ПР как области знания и сферы деятельности, этапы развития. Современная концепция ПР. Функции ПР.

Тема 3. ПР в системе коммуникаций

Коммуникации: понятие и типология. Модели коммуникации и ее функции. Схема развитой коммуникации. ПР как коммуникация. Пропаганда, лоббизм, реклама, маркетинг и ПР: общее и особенное.

Коммуникации в организациях. ПР в бизнесе. ПР в политике. Роль коммуникации в становлении и развитии государственности.

Тема 4. Правовые и этические основы ПР-деятельности

ПР и публично-правовой процесс. Легитимация и легитимность. Корпоративное регулирование и ответственность в ПР-деятельности. Этика профессиональной деятельности ПР-специалиста. Кодекс РАСО.

Тема 5. Связи с общественностью в государственном управлении

Государство как субъект информационного пространства. Отличительные черты ПР в органах государственного и муниципального управления. Организационные основы деятельности государственных ПР-служб, их структура и функции. Особенности методов работы с политическими партиями, общественными организациями, органами власти. Основные компоненты имиджа органа государственной власти.

Информационная политика РФ: проблемы и тенденции развития.

Тема 6. Анализ и формирование общественного мнения (ОМ)

Общественность: понятие, виды. Природа, статус и функции общественного мнения. Выделение приоритетных групп. Основные характеристики ОМ. Формы воздействия на общественное мнение.

Тема 7. ПР и СМИ: формы взаимодействия и практические мероприятия

Вербальные и невербальные средства ПР. Взаимоотношения со СМИ: принципы и технологии. Мероприятия с участием прессы и для прессы.

Общие правила подготовки материалов для размещения в СМИ. Основные жанры журналистики и ПР. Организация и проведение новостных ПР-мероприятий. Особенности конкретных СМИ (телевидение, радио, печать). Интернет как средство массовой коммуникации.

Особенности форм и методов взаимодействия государственных ПР-служб и СМИ.

Тема 8. Общие технологические основы ПР-деятельности

ПР как особый вид управленческой деятельности. Психологические условия эффективности управляющего воздействия ПР. Личностные характеристики ПР-специалиста. Главные психологические правила ПР-деятельности. Психология конфликтов. ПР в кризисных ситуациях.

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИХ ПРОВЕДЕНИЮ

Практическое занятие 1

Тема: Становление ПР как науки и профессиональной деятельности (2 ч)

Вопросы для обсуждения:

1. Предпосылки возникновения ПР – деятельности.
2. Эволюция ПР в 20-м веке: этапы развития и модели.
3. Современная концепция ПР. Определение ПР. Функции ПР.

Темы фиксированных сообщений

1. Особенности проявления ПР–деятельности в античности и средневековье.
2. Отцы-основатели PR (Айви Ли, Эд. Бернейз, Саймон Блэк и др.).
3. Проявления ПР – деятельности в российской истории.

4. Предыстория ПР в Западной Европе, США.
5. Специфика становления и развития российского ПР - рынка

Основные понятия

Паблик рилейшнз, пиар, протопиар, модель рекламы («publicity», «манипуляция»), «информирование общественности», двусторонняя асимметричная модель, двусторонняя симметричная коммуникация, аналитическо-прогностическая функция, организационно-технологическая функция, организационно-коммуникативная функция, коммуникативно-методическая функция ПР.

Основная рекомендуемая литература

1. разд. I, гл. III.
2. гл. II.
3. гл 1, 2.

Задания для самопроверки

1. Проанализируйте наиболее распространенные определения ПР и сравните их, выделив наиболее полное, по Вашему мнению.
2. Приведите примеры протопиара в отечественных общественных отношениях.
3. Найдите единственно правильный ответ:
 - 3.1. Впервые словосочетание «public relations» употребил:
 - а) Томас Джефферсон;
 - б) Айви Ли;
 - в) Сэм Блэк;
 - г) Авраам Линкольн.
 - 3.2. Использование исследовательских методов, прагматичный характер являются характерными чертами ПР на этапе его развития:
 - а) «манипуляция», «паблисити»;

- б) «информирование общественности»;
- в) «двусторонняя асимметричная коммуникация»;
- г) «двусторонняя симметричная коммуникация».

3.3. PR как управление всей совокупностью коммуникативных процессов организации в отношениях с общественностью с целью достижения взаимопонимания общественностью рассматривается в рамках подхода:

- а) альтруистического;
- б) компромиссного;
- в) прагматического;
- г) инструментального;
- д) коммуникационного.

Методические рекомендации

Занятие проводится в форме конференции. Студенты выступают с фиксированными сообщениями по предлагаемым вопросам и обсуждают сообщения, задают вопросы докладчикам. Преподаватель подводит итоги конференции, оценив работу каждого студента в конце занятия.

Практическое занятие 2

Тема: PR в системе коммуникаций (2 ч)

Вопросы для обсуждения:

1. Типология коммуникаций, их функции и модели.
2. Пропаганда, реклама, маркетинг и PR: общее и особенное.
3. Роль коммуникации в становлении и развитии государственности.

Темы фиксированных сообщений

1. Значение межличностных коммуникаций в политической жизни общества.
2. PR в системе интегрированных маркетинговых технологий (ИМК).

3. ПР и пропаганда в условиях командно-административной системы.
4. Особенности ПР – кампании в сети Интернет.

Основные понятия

Коммуникации: материальные, социальные, межличностные, вербальные и невербальные; массовая коммуникация; пропаганда, реклама, лоббирование, маркетинг.

Основная рекомендуемая литература

1. разд. I, гл IV.
2. гл. 1.
3. гл. 3.
4. гл. 6.2.

Задания для самопроверки

1. Приведите примеры материальных и социальных (общественных) коммуникаций.
2. Нарисуйте схему развитой коммуникации, выделите вторичное информационное поле.
3. Составьте перечень основных характеристик массовой коммуникации.
4. Найдите единственно правильный ответ:
 - 4.1. К функциям ПР не относится:
 - а) контролирующая;
 - б) реагирующая;
 - в) стимулирующая;
 - г) достижения взаимовыгодных отношений.
 - 4.2. Пропаганда отличается от ПР тем, что она:
 - а) допускает искажение цифр и фактов в чьих-либо интересах;

- б) основывается на правдивой информации;
- в) носит более мягкий характер, чем ПР;
- г) предполагает механизм двусторонней связи.

4.3. Коммуникация, обеспечивающая единство, сплоченность и консолидацию в обществе, относится к:

- а) синхронической;
- б) диахронической;
- в) вертикальной;
- г) кодирующей.

Методические рекомендации

Занятие проводится в форме опроса студентов. 30 минут занятия отводится на соревнование. Студенты делятся на 2 группы, каждой из которых предлагается составить кроссворд из 10 заданий по теме занятия: 20 минут – для составления кроссворда, 10 минут – для решения кроссворда команды соперника.

Победитель определяется преподавателем. Оценку получает каждый студент.

Практическое занятие 3

Тема: Особенности связей с общественностью в бизнесе, политике и государственном управлении (4 ч)

Вопросы для обсуждения:

1. ПР в коммерческих структурах
2. Политические кампании. ПР на выборах
3. Государство как субъект информационного пространства
4. Функции и структура ПР – служб в органах государственного управления
5. Особенности методов работы служб по связям с общественностью в органах власти

Темы фиксированных сообщений

1. Особенности целей и задач ПР в бизнесе
2. Политконсалтинг: истоки, сущность, функции
3. PR – технологии на выборах
4. Имидж и миф. Технологии построения имиджа органа власти
5. Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах власти

Основные понятия

Государство как коммуникатор, имидж органа государственной власти, государственные коммуникации, информационный дисбаланс.

Основная рекомендуемая литература

1. разд. II, гл. II, III.
2. гл. 3, 4, 5, 7-9
3. разд. VII, гл. 1,2
4. гл. 7.

Задания для самопроверки

1. Назовите основные различия целей и условий деятельности ПР – служб в бизнесе и органах власти.
2. Составьте перечень основных направлений деятельности служб по связям с общественностью в городской (областной) администрации.
3. Выделите особенности методов работы ПР-служб в органах власти с политическими и общественными организациями
4. Найдите единственно правильный ответ:
 - 4.1. В перечень конкретных направлений деятельности ПР - служб в органах государственного и муниципального управления не входит:
 - а) прогнозирование социально-политического процесса;

б) анализ общественной реакции на действия должностных лиц и органов власти;

в) информирование общественности о существе принимаемых решений;

г) представительство интересов социальных групп в органах законодательной и исполнительной власти.

Методические рекомендации

Занятие проводится в форме опроса студентов по предлагаемым вопросам. Заслушиваются 2-3 фиксированных сообщения. Особенности методов работы ПР – служб в органах государственного и муниципального управления обсуждаются в рамках круглого стола.

Практическое занятие 4

Тема: Изучение и формирование общественного мнения (2 ч)

Вопросы для обсуждения:

1. Общественность и общественное мнение как главные объекты ПР– деятельности
2. Анализ состояния общественного мнения
3. Возможности целенаправленного формирования общественного мнения

Темы фиксированных сообщений

1. История изучения общественного мнения (в мире, в России)
2. Общественное мнение и его стереотипы
3. ПР и проблемы глобализации (практика транснациональных концернов)
4. ПР- методы в «социальных» кампаниях

Основные понятия

Общественность, ситуационный подход, приоритетные целевые группы, фокус-группа, общественное мнение, индивидуальные ориентации.

Основная рекомендуемая литература

1. разд. II, гл. V.
2. гл. 5, 8
3. гл. 4-5, 7-8

Задания для самопроверки

1. Назовите наиболее существенные признаки понятия «общественное мнение»
2. Составьте алгоритм операции по учету и формированию общественного мнения
3. Рассмотрите возможности целенаправленного формирования общественного мнения и роль органов власти в этом процессе.
4. Найдите единственно правильный ответ:
 - 4.1. Совокупность взглядов индивидов на определенную проблему:
 - а) мировоззрение;
 - б) общественное мнение;
 - в) точка зрения;
 - г) нет правильного ответа.
 - 4.2. Любая группа людей, сплотившихся вокруг конкретных общих идей, - это:
 - а) фокус-группа;
 - б) общественность;
 - в) партия;
 - г) класс.

Методические рекомендации

Занятие проводится в форме опроса студентов по предлагаемым вопросам. В ходе занятия заслушивается 2-3 фиксированных сообщения, заявленных студентами заранее по обсуждаемой теме; для сообщения – 10 минут, 5 минут для обсуждения и ответов на вопросы.

Практическое занятие 5

Тема: Основные формы взаимодействия PR- служб и СМИ (4 ч)

Вопросы для обсуждения:

1. СМИ как основной канал воздействия PR – технологий
2. Типологические особенности СМИ: телевидение, радио, печать, Интернет
3. Управление средствами массовой информации и управление информацией: логика и механизмы
4. Мероприятия для прессы и организация специальных акций
5. Формы подачи информационно-новостных материалов
6. Особенности работы государственных PR – служб со СМИ

Темы фиксированных сообщений

1. Новостные PR – мероприятия. Приемы создания и усиления новостей
2. Публичные выступления и правила составления PR – текстов
3. Функции СМК как «четвертой власти»
4. «Черный» PR, «грязный» PR
5. Примеры эффективности и успешности PR

Основные понятия

Письменные, устные, визуальные средства PR – коммуникаций; мероприятия для прессы, специальные акции с участием прессы; информационные повод; пресс-конференция, брифинг, пресс-клуб, презентация, прием, «социальные» акции, массовые мероприятия, PR-тексты; информационные жанры: заметка, корреспонденция, отчет, интервью, репортаж; аналитические жанры: статья, версия, обзор событий, рецензия, мониторинг, рейтинг; художественно-публицистические жанры: очерк, фельетон, легенда, сатирический комментарий.

Основная рекомендуемая литература

1. разд. III, гл. 6.
2. гл. 6
3. разд. 4, гл 1, 3, 4, 5

Задания для самопроверки

1. Составьте развернутый план проведения пресс-конференции областной администрации в связи с конкретным событием.
2. Перечислите основные особенности ПР – текстов и общие правила их подготовки.
3. Охарактеризуйте преимущества и недостатки печатных средств массовой информации.
4. Найдите единственно правильный ответ:
 - 4.1. Информация базового характера, не являющаяся новостью или сенсацией, - это:
 - а) пресс-релиз;
 - б) бэкграундер;
 - в) меморандум;
 - г) медиа-кит.

Методические рекомендации

Проводится 2 практических занятия по 2 часа каждое. Вопросы 1-3 обсуждаются на первом из практических занятий, заслушиваются фиксированные сообщения по теме.

Вопросы 4-6 отрабатываются в ходе соревнования микрогрупп. Студенты заранее формируют команды по 4-5 человек и списки передают преподавателю с указанием фамилии капитана. Все команды получают одинаковое задание: по поводу конкретного события составить план проведения пресс-конференции областной администрации и подготовить информацию для СМИ. На выполнение задания отводится 20-30 минут. На заслушивание каждой команды – до 10 минут. Анализ и подведение итогов практического задания (10-15 минут) делает преподаватель.

Практическое занятие 6

**Тема: Общие правовые, этические и психологические основы
ПР – деятельности (2 ч)**

Вопросы для обсуждения:

1. Правовые основы ПР.
2. Этика профессиональной ПР – деятельности. Корпоративное регулирование
3. Психологический аспект основных направлений ПР.
4. Главные психологические правила ПР.

Темы фиксированных сообщений

1. Этика ПР и социальная ответственность
2. ПР – деятельность в конфликтных и кризисных ситуациях
3. Доктрина информационной безопасности РФ и деятельность ПР-служб в органах государственного и муниципального управления

Основные понятия

Публично-правовой процесс, легитимность, легитимация, правовая природа общественности, союзы интересов, предпринимательские союзы, союзы профессий, кодекс РАСО, коммуникативная компетенция, конфликтологические умения, конфликтная личность, обаятельная личность.

Основная рекомендуемая литература

1. разд. II, гл. 1.
3. разд. V, гл 1, 2
6. гл. 1

Задания для самопроверки

1. Определите различия между легитимацией предпринимательской практики фирмы и легитимацией государственной власти.

2. Сформулируйте значение ПР–практики для формирования гражданского общества

3. Перечислите шесть главных психологических правил ПР - деятельности

4. Найдите единственно правильный ответ:

4.1. К саморегулированию ПР относятся:

- а) законы;
- б) идеалы;
- в) правовые нормы;
- г) санкции за нарушения норм.

4.2. Э. Бернайз не выделял среди качеств, необходимых для специалистов в области ПР:

- а) способность к анализу и синтезу;
- б) интуицию;
- в) субъективность;
- г) прямоту.

Методические рекомендации

Занятие проводится в форме опроса студентов. Проверяются конспекты по вопросу «Личностные характеристики ПР – специалиста», рекомендованному к самостоятельному изучению. Заслушиваются фиксированные сообщения, заявленные студентами.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАНЯТИЯМ

Подготовку к семинарскому занятию целесообразно разбить на несколько этапов.

Первый: ознакомление с планом занятий, который надо хорошо уяснить. Уже здесь важно понять, что же главное в рассматриваемой теме, на какие вопросы надо больше обратить внимания, что уже было известно, а с чем встречаетесь впервые. После этого будет значительно легче готовиться,

поскольку уже известно, что надо «брать» из прочитанного в дополнение к тому, что вы уже знаете.

Второй: работа с конспектами лекций и учебными пособиями. Надо посмотреть, как изложены основные проблемы изучаемых вопросов и уже на основании этого выделить общее направление самостоятельной работы.

Третий: изучение рекомендованной дополнительной литературы. Она позволяет более широко и полно понять суть решения поставленных вопросов, подобрать яркие, интересные примеры, нацелить выступление на доказательство и полемический стиль. Только знание дополнительной литературы позволит избежать сухого, сугубо информационного выступления, простого изложения материала. Наиболее ценным может стать сопоставление различных подходов.

Четвертый: составление плана устного выступления по вопросам и продумывание их содержания. Если первое слово преподаватель предоставит другому студенту, то уже в процессе семинара можно заготовить вопросы, уточняющие содержание предыдущего выступления, и дополнить выступающего. Такие дополнения, как правило, оцениваются очень высоко. Опытный преподаватель прекрасно понимает: чтобы знать, что дополнить, надо знать еще и все, о чем говорил «основной» выступающий.

Лучше подготовиться к семинару помогает сводный конспект. Работа над ним сводится к тому, что при чтении каждого источника студент отмечает, какие части текста к какому пункту плана относятся. Иными словами, материал как бы группируется и уточняется по вопросам по мере более углубленного чтения. Записи изученного материала можно делать на отдельных карточках, которые затем группируются по вопросам плана. Нужно только организовать хранение этих карточек, поскольку содержащийся в них материал может стать серьезным подспорьем при подготовке к экзамену или зачету. Если нет возможности хранить карточки, то их можно вклеить в отдельную тетрадь.

Сама подготовка к практическим занятиям состоит из нескольких этапов, которые во многом сходны с процессом подготовки к семинарам, но в то же время имеет свои особенности. Этапы подготовки:

Первый: предварительное планирование, включает рассмотрение темы занятия, его вида, содержания плана и объема работы.

Второй: повторение изученного по теме материала, для чего используются конспекты лекций и рекомендованная литература.

Третий: углубление знаний по теме, в ходе которого целесообразно сделать рабочие записи по каждому пункту плана. Отдельно стоит выписать неясные вопросы, незнакомую терминологию. Лучше всего это делать на полях или свободной странице конспекта лекций, а уточнение возможно на консультации или при помощи справочной литературы (словари, энциклопедические издания и т.п.).

Четвертый: составление развернутого плана – отчета или выступления по особенностям каждого вида практических занятий.

Только после этого студент может считать, что он готов к практическому занятию.

Наиболее простой вид практических занятий – упражнения. Они логически продолжают познавательную деятельность студентов, начатую на лекциях, но имеют несколько иной характер. Если на лекциях основы научных знаний даются в обобщенной форме, то при выполнении упражнений эти знания должны приобрести практическую значимость. Именно такая цель стоит при решении логических и ситуационных задач. Основная задача студента включает определение наиболее рациональных путей решения поставленной задачи, методов ее решения. Помощь преподавателя при этом не исключается.

Студенты при подготовке к каждому практическому занятию должны сформулировать, какие именно умения нужно приобрести, а в ходе занятия и после его окончания проверить, получены ли эти умения.

5. ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ

Номер темы	Содержание	Номер источника (по основному списку)
2.	История возникновения ПР-деятельности	3. Разд. I, гл. 2, с. 23-43
3.	ПР в коммерческих структурах	1. Разд. II, гл. 2, с. 158-184
	Роль коммуникации в становлении и развитии государственности	2. Гл. 1, с. 9-17
4.	Кодекс РАСО. Корпоративное регулирование ПР-деятельности	1. Разд. II, гл. 1, с. 125-136.
5.	Информационная политика государства и ее роль в деятельности ПР-служб	1. Разд. I, гл. 5, с. 89-106
	Организационные основы деятельности государственной службы по связям с общественностью	2. Гл. 5, с. 41-53
6.	Информационно-аналитическая работа в государственных структурах по связям с общественностью	2. Гл. 8, с. 73-82
7.	Основные жанры журналистики и ПР	3. Разд. IV, гл. 4, с. 254-277
8.	Личностные характеристики ПР-специалиста	6. Введение, с. 3-10

6. ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ И РЕФЕРАТОВ.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИХ ПОДГОТОВКЕ

1. Предыстория ПР (США, Западная Европа)
2. СМИ как медиа-политическая система
3. Управление информацией для СМИ
4. Приемы создания и усиления новостей
5. Особенности ПР-кампаний в сети Интернет
6. Формы журналистских материалов, связанных с ПР-объектом
7. Новостные ПР-мероприятия
8. ПР-технологии на выборах
9. Политическое консультирование: истоки, сущность, функции

10. ПР в переговорном процессе. Технологии переговоров
11. ПР-деятельность в конфликтных и кризисных ситуациях
12. Особенности, цели и задачи ПР в бизнесе
13. Основные направления деятельности ПР-служб в корпорациях
14. Управление имиджем компании
15. Анализ и формирование общественного мнения
16. Общие характеристики и проблемы имиджа руководителя или лидера
17. Корпоративная культура компании
18. Эволюция концепций ПР
19. Вербальные коммуникации: публичные выступления, правила составления текстов
20. Имидж и миф. Технологии построения имиджа
21. Общественное мнение и его стереотипы
22. Этика ПР и социальная ответственность
23. Журналистика и ПР
24. Становление и развитие российского ПР-рынка
25. Различия в ПР-структурах государства и бизнеса
26. Взаимодействие органов власти и СМИ
27. ПР в мире финансов
28. «Черный» ПР
29. История изучения общественного мнения (в мире и в России)
30. ПР как способ налаживания диалога с общественностью
31. Функции средств массовой коммуникации как «четвертой власти»
32. Роль материальных коммуникаций в формировании и развитии государственных систем
33. ПР в системе интегрированных маркетинговых технологий
34. Роль межличностных коммуникаций в политической жизни общества
35. Доктрина информационной безопасности РФ
36. ПР-методы в социальных кампаниях
37. ПР-методы в экономических кампаниях

38. Особенности проявления ПР-деятельности в античности и в средневековье
39. Отцы-основатели ПР (Айви Ли, Эд. Бернейз, Саймон Блэк)
40. Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах государственной власти
41. ПР и местные органы власти
42. ПР и пропаганда в КАС России
43. Проявления ПР-деятельности в российской истории
44. Примеры эффективности и успешности ПР
45. ПР и проблемы глобализации (критика транснациональных концернов)
46. Фирменный стиль и корпоративный имидж

Методические указания

Большинство выступлений–ответов во время учебы носят информационный характер.

Всякое выступление обладает рядом общих признаков, поэтому при его построении следует руководствоваться и некоторыми общими правилами.

Тема и цель выступления. Сначала определите общую тему, а затем конкретизируйте ее.

Тему сформулируйте, запишите словом или фразой.

Выбирая тему, не пытайтесь объять все. Сузить тему можно так:

- 1) ограничьте охватываемый период времени обсуждаемого вопроса;
- 2) выделите из широкой программы только один вопрос;
- 3) сосредоточьте внимание на одном разделе общей темы.

Выбирая тему, старайтесь взять ту, которую вы знаете больше, чем слушатели. Прежде чем выступать, выясните, затрагивает ли она интересы всех слушателей, злободневна ли, нова ли и т.д. Однако следует учесть и то, что иногда этот интерес бывает полностью не осознан слушателями, поэтому важно пробудить его.

Выбрав тему, проверьте себя еще раз, ответив на такие вопросы:

- Действительно ли данная тема интересует меня и может заинтересовать слушателей?

- Достаточно ли я знаю вопрос и имею ли по нему достаточные данные?

- Смогу ли я уложиться в отведенное время?

- Убежден ли я искренне в том, в чем хочу убедить слушателей?

- Будет ли соответствовать тема установкам слушателей?

Выбрав тему выступления, необходимо четко определить ее цель. Для этого ее следует письменно сформулировать четко и конкретно. Цель выступления зависит от той реакции, которую вы хотите вызвать у слушателей.

Цель необходимо конкретизировать: желаете ли вы что-нибудь объяснить, только рассказать или заставить слушателей изменить их мнение, убедить их что-либо сделать.

Составные части выступления. Выступление обычно состоит из введения, основной части и заключения. Введение – это важная часть речи, призванная преодолеть инертность аудитории.

Не сам выход на трибуну перед аудиторией, а введение к речи даст вам слушателя.

Специалисты рекомендуют следующий состав введения:

- 1) вступительные замечания;
- 2) изложение конкретной цели выступления;
- 3) обзор главных разделов темы.

Приемы, помогающие привлечь внимание слушателей: юмористические замечания; замечания о значении темы для слушателей и ораторов; постановка интересного вопроса, обращенного к аудитории, интересное сообщение, цитирование, приведение подходящих примеров.

Если слушатели знают, о чем вы будете говорить, и настроены отрицательно, постарайтесь возбудить желание хотя бы выслушать вас. В

этом случае благотворно подействуют на аудиторию ваши объяснения, что вначале вы были против того-то и того-то, потому-то и потому-то, но факты (перечислить) заставили вас изменить свою позицию. Доводы против вашего предложения, которые вы выскажете сами, обезоруживают тех, кто собирался вам эти доводы привести.

После того как внимание привлечено, надо изложить тему выступления. Обзор разделов выступления должен быть краток и изложен в виде основных понятий, фраз, вопросов, сжатых суждений.

Вступление, каким бы удачным оно ни было, это только своеобразный камертон, по которому настраивается аудитория. Основное – изложение главной части выступления.

Прежде всего, надо иметь план выступления. Он должен быть максимально ясен, прежде всего, для вас самих. Сделайте наброски основных тезисов, переходов от тезиса к тезису, перечень аргументов в пользу каждого тезиса. Проверьте, подкреплены ли все тезисы доводами, есть ли логика в порядке их изложения и т.д. План речи должен быть ясным и простым.

В большинстве информационных речей на повествовательные и биографические темы рекомендуется хронологический порядок. Описательные темы лучше развивать, руководствуясь признаками расположения и соотношения в пространстве. Иногда элементы времени и пространства хорошо совмещаются. Отчитываясь о работе, можно расположить материал по видам работы, а внутри разделов принять хронологический принцип.

Если при разработке введения вы думали о том, как увлечь слушателей, то, работая над основной частью, нужно думать о том, как будут восприняты ими основные идеи речи.

Необходимо заранее знать состав аудитории в целом и составляющие ее группы. Важно иметь представление об уровне знаний слушателей, их занятиях, возрасте, интересах и т.д.

Важнейшая проблема – *удержать внимание слушателей* в течение всей речи, поэтому на протяжении речи необходимо задавать себе вопросы: что заинтересует слушателя и почему.

В главной части необходимо удержать и развить «завоеванные» во время выступления позиции для достижения своей цели. И с этих позиций в главной части подход к слушателям иной, чем во вступлении. Надо как можно полнее использовать интересы, чувства и настроения ваших слушателей для обеспечения успеха выступления.

Заключение следует планировать так же тщательно, как и другие разделы. Оно должно содержать повторение основных идей речи, так как это помогает лучше осознать смысл и значение услышанного. В заключении можно использовать также и иллюстрацию. Но, в отличие от введения, иллюстрация здесь должна строго соответствовать сущности сказанного в выступлении, закреплять сказанное ярким образом. Хорошая цитата на тему выступления или замечания о серьезности и важности темы помогут завершить речь. В заключении можно прибегнуть и к шутке, но она должна относиться к делу.

7. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. Общественные отношения и общественные связи
2. Современная концепция и функции ПР
3. Предыстория ПР
4. Этапы развития и основные модели ПР
5. Схема ПР как развитой коммуникации
6. Пропаганда, реклама, маркетинг и ПР: общее и особенное
7. Общее содержание ПР в бизнесе
8. ПР в политике
9. Особенности ПР в органах государственного и муниципального управления

10. Основные компоненты имиджа органа государственной власти
11. Информационная политика РФ: проблемы и перспективы развития
12. Правовые основы ПР
13. Этика ПР и социальная ответственность
14. Российская специфика развития ПР
15. Принципы и формы взаимодействия ПР-служб со СМИ
16. Новостные мероприятия для прессы
17. Подготовка и проведение пресс-конференций
18. Основные правила подготовки печатных материалов для размещения в СМИ
19. Преимущества и недостатки конкретных СМИ
20. Сущность и функции общественного мнения
21. Формы и возможности воздействия на общественное мнение
22. Главные психологические правила ПР-деятельности
23. Личностные характеристики ПР-специалиста
24. ПР-действия в целях управления конфликтом
25. ПР-действия в кризисных ситуациях
26. Основные технологии ПР
27. Организация ПР-деятельности в региональных избирательных кампаниях
28. Современные теории коммуникации
29. Технологии воздействия на массовое (общественное) сознание

8. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка «зачтено» ставится за полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме в соответствии с требованиями программы.

Допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентом после указания на них преподавателем. При изложении студент должен выделять существенные признаки изученного, выявлять причинно-следственные связи, сформулировать выводы и обобщения, в которых могут быть отдельные несущественные ошибки. Кроме того, обязательным условием получения зачета по данной дисциплине является наличие конспектов по всему читаемому курсу и выступление с докладом (рефератом)

Оценка «**незачет**» ставится при неполном бессистемном изложении учебного материала. При этом студент допускает существенные ошибки, не исправляемые даже с помощью преподавателя, а также за полное незнание и непонимание материала. Кроме этого, оценка «незачет» ставится при отсутствии конспектов по всем темам курса.

9. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ

1. Управление общественными отношениями [Текст]: Учебник / Ред. В.С. Комаровский - М. : Изд-во РАГС, 2003. - 400 с.

2. Русаков А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти [Текст]: Учеб. пособие: рек. УМС УМО МГИМО. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 224 с.

3. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика [Текст]: Учеб. пособие: Рек. УМО вузов / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: Дело, 2004. - 496 с.

4. Купряшин Г.Л., Соловьев А.И. Государственный менеджмент: Учеб. пособие: рек. Федер. агентством по образованию. – М.: Изд. дом Новый учебник, 2004. – 326 с.

5. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение [Текст]: Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ / Л.Н. Федотова. - СПб.: Питер, 2003. - 352 с.

6. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы PR - М.: Дело, 2003. – 217 с.

7. Лобанов В.В. Государственное управление и общественная политика [Текст] : учеб. пособие: рек. УМО / В. В. Лобанов. - СПб.: Питер, 2004. - 448 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

1. Калиберда Е.Г. Связи с общественностью: вводный курс [Текст]: Учеб. пособие / Е.Г. Калиберда. - М.: Логос, 2003. - 120 с.
2. Ньюэл Ф. Почему не работают системы управления отношениями с клиентами (CRM) [Текст]: Как добиться успеха, позволив клиентам управлять отношениями с вашей компанией / Ф. Ньюэл; пер. с англ. А. Стативка. – М.: Добрая книга, 2004. – 367 с.
3. Белов А.А. Теория и практика связей с общественностью: Учеб. пособие. – СПб: ООО Изд-во Северо-Запад, 2005. - 208 с.
4. Кузнецов М.А., Цыкунов И.В. Практическая психология PR и журналистики. Учебно-практическое пособ. – М.: РИП-холдинг, 2002. – 148 с.
5. Иванов, В.Н. Социальные технологии [Текст]: Учеб. пособие: рек. Мин. обр. РФ / В.Н. Иванов, В.И. Патрушев. - М.: Муниципал. мир, 2004. - 480 с.

ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ

Журналы:

- Советник
- Сообщение
- PR-Week
- Маркетинг и маркетинговые исследования в России

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

1. www.raso.ru	Российский PR-портал
2. www.business.info	PR-бизнес-портал
3. www.33333.ru	Центр избирательных и политических технологий
4. www.ipmi.ru	Институт политических и медиаматричных исследований
5. www.proline.ru	Портал PR-online
6. www.pr-club.com	Библиотека PR
7. www.black.pr-online.ru	Портал «Черный PR»
8. www.humanities.edu.ru	Социально-гуманитарное и политическое образование

СОДЕРЖАНИЕ

<i>ВВЕДЕНИЕ</i>	3
1. Учебно-тематическая карта дисциплины	4
2. Содержание курса	4
3. Содержание практических занятий и рекомендации по их проведению	6
4. Методические советы по подготовке к занятиям	17
5. Вопросы для самостоятельного изучения	20
6. Тематика докладов и рефератов. Методические указания по их подготовке	20
7. Общие вопросы для подготовки к зачету	25
8. Основные показатели оценки знаний студентов	26
9. Рекомендуемая литература	27