

Федеральное агентство по образованию
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОУВПО «АмГУ»

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой ЭТиГУ

_____ С.А. Бунина

«_____» _____ 2007 г.

УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

для специальности: 080504 «Государственное и муниципальное управление»

Составители:

Доцент кафедры «Экономическая теория и государственное управление»
Л.И. Гриценко

Ст. преподаватель кафедры «Экономическая теория и государственное
управление»
Ю.А. Праскова

Благовещенск 2007 г.

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

Л.И. Гриценко, Ю.А. Праскова

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Управление общественными отношениями» для студентов очной, заочной и заочно-сокращенной форм обучения специальности 080504 «Государственное и муниципальное управление». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2007. – с.

Учебно-методические рекомендации ориентированы на оказание помощи студентам очной, заочной и заочно-сокращенной форм обучения по специальности 080504 «Государственное и муниципальное управление» для успешного освоения дисциплины «Управление общественными отношениями».

Рецензент: , кандидат экономических наук

© Амурский государственный университет, 2007

СОДЕРЖАНИЕ

1. Рабочая программа дисциплины	4
2. График самостоятельной учебной работы студентов по дисциплине	15
3. Вопросы лекционных занятий по дисциплине «Управление общественными отношениями»	16
4. Содержание практических занятий и методические рекомендации по их проведению	17
5. Методические советы по подготовке к занятиям	29
6. Перечень программных продуктов, используемых в преподавании дисциплины «Управление общественными отношениями»	31
7. Методические указания по применению современных информационных технологий	32
8. Комплекты заданий для практических занятий, контрольных работ, домашних заданий	32
9. Фонд тестовых и контрольных заданий для оценки качества знаний	34
10. Перечень контрольных вопросов	37
11. Карта обеспеченности дисциплины кадрами профессорско-преподавательского состава	39

1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Федеральное агентство по образованию
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального
образования

Амурский государственный университет
(ГОУВПО «АмГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-научной работе
_____ Е.С. Астапова
« ____ » _____ 2007 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

По дисциплине
Для специальности

Управление общественными отношениями
080504 Государственное и муниципальное
управление

	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	Заочно-сокращенная форма обучения
Курс	4	5	3
Семестр	7	9	5
Лекции	32	14	12
Практические занятия	16	-	-
Самостоятельная работа	48 час.	82 час.	84 час.
Зачет	7 семестр	9 семестр	5 семестр
Всего часов нагрузки	96 час.	96 час.	96 час.

Составитель

Факультет

Кафедра

ГРИЦЕНКО Л.И., доцент

Экономический

ЭТиГУ

2007 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры «Экономическая теория и государственное управление»

« ____ » _____ 2007 г., протокол №

Заведующий кафедрой _____ С.А. Бунина

Рабочая программа одобрена на заседании УМС

« ____ » _____ 2007 г., протокол №

Председатель _____

СОГЛАСОВАНО

Начальник УМУ

_____ Г.Н. Торопчина

« ____ » _____ 2007

СОГЛАСОВАНО

Председатель УМСС факультета

« ____ » _____ 2007

СОГЛАСОВАНО

Заведующий выпускающей кафедрой

« ____ » _____ 2007

СТАНДАРТ ДИСЦИПЛИНЫ (СД.02)

Предмет, структура, основные функции общественных отношений (ПР); информационными процессы в обществе и управление; коммуникации в организациях 4 ПР в политике; ПР в бизнесе; ПР и средства массовой информации; средства взаимодействия; общественное мнение как структурный элемент ПР; информационная политика РФ – проблемы и тенденции развития; правовые основы ПР; основные организационные формы ПР и практические мероприятия ПР; основные жанры журналистики и ПР.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Программа курса «Управление общественными отношениями» составлена в соответствии с требованиями Государственного стандарта высшего профессионального образования. За основу приняты требования гос. стандарта для специальности 080504 – Государственное и муниципальное управление.

Цель курса: сформировать базовые знания и представления об использовании современных ПР как механизма построения коммуникаций между субъектами политического и экономического процесса, как инструмента влияния на общественное мнение.

Задачи курса:

- дать студентам знания по истории развития и теории ПР;
- познакомить с основными направлениями и особенностями ПР – деятельности в бизнесе, политике и государственном управлении;
- дать представление о современных средствах коммуникации, используемых в ПР, этапах планирования и проведения ПР – кампаний.

Изучив курс, студенты должны:

- знать историю, правовые нормы и этические основы управления общественными отношениями, основные механизмы взаимодействия ПР – служб со СМИ; особенности организации связей с общественностью в органах государственного управления;

- овладеть специальной управленческой терминологией;

уметь применять полученные знания в процессе освоения учебных дисциплин специальности 080504 – Государственное и муниципальное управление (Госслужба и кадровая политика, Этика и культура управления, Система муниципального управления).

В процессе обучения предусмотрены:

- лекции, которые проводятся методом проблемного изложения материала, иллюстративно-объяснительным методом;

- семинарские занятия, которые проводятся по заранее объявленным темам с применением активных методик и традиционных фиксированных докладов и сообщений студентов;

- самостоятельная работа студентов, которая заключается в повторении пройденного материала по конспектам лекций и рекомендованным учебникам; изучении нормативных актов и монографической литературы по учебным темам, подготовке докладов и сообщений согласно тематике семинарских занятий.

Текущий контроль знаний студентов осуществляется на лекциях и семинарских занятиях при ответах на вопросы и в ходе обсуждения подготовленных докладов и выступлений.

Промежуточная форма контроля (для дневной формы обучения) – тестирование по темам 1-5.

Итоговая форма контроля – зачет по всему курсу в форме индивидуального собеседования.

2. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

№ темы	Тема	Аудиторные занятия по формам обучения (час)			
		дневная		заочна я	заочно- сокраще н.
		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.

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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)

Общество: 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.

4. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Тема практического занятия	Кол-во час.
1. Становление и развитие ПР как науки и профессиональной деятельности	2
2. ПР в системе коммуникаций	2
3. Особенности ПР в бизнесе, политике и государственном управлении	4
4. Изучение и формирование общественного мнения	2
5. Основные формы взаимодействия ПР-служб и СМИ	4
6. Общие правовые, психологические и этические основы ПР-деятельности	2
Всего	16

Текущий контроль знаний студентов осуществляется на лекциях и семинарских занятиях при ответах на вопросы и в ходе обсуждения подготовленных докладов и выступлений.

Промежуточная форма контроля (для дневной формы обучения) – тестирование по темам 1-5.

Итоговая форма контроля – зачет по всему курсу в форме индивидуального собеседования.

5. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ ДНЕВНОГО ОТДЕЛЕНИЯ

1. Знакомство с учебной литературой по основному рекомендованному списку.
2. Знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной ко всем темам курса.
3. Подготовка тематических докладов и выступлений.
4. Выполнение индивидуальных занятий в рамках курса.

6. ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ И РЕФЕРАТОВ

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 PR-кампаний в сети Интернет
6. Формы журналистских материалов, связанных с PR-объектом
7. Новостные PR-мероприятия
8. PR-технологии на выборах
9. Политическое консультирование: истоки, сущность, функции
10. PR в переговорном процессе. Технологии переговоров
11. PR-деятельность в конфликтных и кризисных ситуациях
12. Особенности, цели и задачи PR в бизнесе
13. Основные направления деятельности PR-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 PR
19. Вербальные коммуникации: публичные выступления, правила составления текстов
20. Имидж и миф. Технологии построения имиджа
21. Общественное мнение и его стереотипы
22. Этика PR и социальная ответственность
23. Журналистика и PR
24. Становление и развитие российского PR-рынка
25. Различия в PR-структурах государства и бизнеса
26. Взаимодействие органов власти и СМИ
27. PR в мире финансов
28. «Черный» PR
29. История изучения общественного мнения (в мире и в России)
30. PR 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. PR в системе интегрированных маркетинговых технологий
34. Роль межличностных коммуникаций в политической жизни общества
35. Доктрина информационной безопасности РФ
36. PR-методы в социальных кампаниях
37. PR-методы в экономических кампаниях
38. Особенности проявления PR-деятельности в античности и в средневековье
39. Отцы-основатели PR (Айви Ли, Эд. Бернейз, Саймон Блэк)
40. Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах государственной власти
41. PR и местные органы власти
42. PR и пропаганда в КАС России
43. Проявления PR-деятельности в российской истории

- 44. Примеры эффективности и успешности ПР
- 45. ПР и проблемы глобализации (критика транснациональных концернов)
- 46. Фирменный стиль и корпоративный имидж

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

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, неисправляемые даже с помощью преподавателя, а также за полное незнание и непонимание материала. Кроме этого, оценка «незачет» ставится при отсутствии конспектов по всем темам курса.

8. 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 ПР - 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 ПР 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 ПР-портал |
| 2. www.business.info | ПР-бизнес-портал |
| 3. www.33333.ru | Центр избирательных и политических технологий |
| 4. www.ipmi.ru | Институт политических и медиаматричных |

- исследований
 5. www.PPoline.ru Портал PP-online
 6. www.PP-club.com Библиотека PP
 7. www.black.PP-online.ru Портал «Черный PP»
 8. www.humanities.edu.ru Социально-гуманитарное и политическое образование

2. График самостоятельной учебной работы студентов по дисциплине

2.1. Самостоятельное изучение отдельных вопросов учебного плана

К теме №	Содержание	Литература (основная)	Кол-во часов	Контрольный срок
2	История возникновения PR-деятельности	3, разд. I, гл. 2, с. 23-43	2	ПЗ - 1
3	PR в коммерческих структурах	1, разд. II, гл. 2, с. 158-184	3	ПЗ – 3
	Роль коммуникации в становлении и развитии государственности	2, гл. 1, с. 9-17	2	ПЗ - 2
4	Кодекс РАСО. Корпоративное регулирование PR - деятельности	1, разд. II, гл. 1, с. 125-136	2	ПЗ - 6
5	Информационная политика государства и ее роль в деятельности PR-служб	1, разд. I, гл. V, с. 89-106	2	ПЗ – 3
	Организационные основы деятельности гос. служб по связям с общественностью	2, гл. V, с. 41-53	2	ПЗ – 3
6	Информационно-аналитическая работа в гос. структурах по связям с общественностью	2, гл. VIII, с. 73-82	2	ПЗ – 4
7	Основные жанры журналистики и PR	3, разд. IV, гл. IV, с. 254-277	3	ПЗ – 5
8	Личностные характеристики PR-специалиста	6, Введение, с. 3-10	2	ПЗ – 6
Всего часов			20	

2.2. Подготовка фиксированных выступлений по предлагаемой тематике (по выбору студента). Время для самостоятельной работы **4 ч.**

Форма контроля: заслушивание в ходе практических занятий. Сроки заслушивания планируются в соответствии планами ПЗ на весь период обучения (семестр).

2.3. Подготовка к практическим занятиям **16 ч.**

Подготовка к промежуточному тестированию по темам 1-5 **2 ч.**

Подготовка к зачету **6 ч.**

Итого самостоятельная работа студентов **48 ч.**

3. Вопросы лекционных занятий по дисциплине «Управление общественными отношениями»

Тема 1. Общественные отношения: природа и система управления

1. Общественные отношения и общественные связи. Функции общественных связей.
2. ПР как управляющий элемент общественных связей.
3. Модели и методы управления информационными процессами в обществе.

Тема 2. История и современная концепция ПР

1. Определение «public relations».
2. Предпосылки возникновения ПР- деятельности
3. Эволюция ПР, этапы развития.
4. Функции ПР.

Тема 3. ПР в системе коммуникаций

1. Коммуникация: понятие и типология. Средства массовой коммуникации.
2. Функции и модели коммуникации.
3. Схема развития коммуникации.
4. ПР и пропаганда: общее и особенное.
5. ПР и лоббизм.
6. ПР, реклама и маркетинг: возможности интегрирования

Тема 4. Правовые и этические основы ПР - деятельности

1. ПР и публично-правовой процесс.
2. Общественность в ПР – отношениях.

3. Корпоративное регулирование. Этика профессиональной деятельности ПР - специалиста.

Тема 5. Связи с общественностью в государственном управлении

1. Государство как субъект информационного пространства.
2. Особенности ПР в политике и государственном управлении.
3. Организационные основы деятельности государственных ПР – служб.
4. Формирование имиджа органов власти.
5. Особенности методов работы с политическими партиями, общественными организациями и органами власти.
6. Информационная политика РФ: проблемы и тенденции развития.

Тема 6. Анализ и формирование общественного мнения

1. Природа и статус общественного мнения.
2. Анализ состояния общественного мнения.
3. Возможности формирования общественного мнения.

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

1. СМИ как звено в системе ПР – взаимодействия
2. Медиатированные виды коммуникаций
3. Мероприятия для прессы
4. Организация специальных акций как способ создания информационных поводов для СМИ
5. Особенности взаимодействия государственных ПР – служб и СМИ
6. Основные жанры журналистики и ПР – тексты

Тема 8. Общие психологические основы ПР- деятельности

1. ПР как особый вид управленческой деятельности
2. Психологические условия эффективности управляющего воздействия ПР
3. Основные психологические правила ПР – специалиста
4. ПР в кризисных ситуациях
5. Психология конфликтов. ПР в переговорном процессе

4. Содержание практических занятий и методические 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 ПР (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. ПР 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: ПР в системе коммуникаций (2 ч)

Вопросы для обсуждения:

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

Темы фиксированных сообщений

1. Значение межличностных коммуникаций в политической жизни общества.
2. ПР 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. ПР – 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 входят:
 - 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 ПР- служб и СМИ (4 ч)

Вопросы для обсуждения:

1. СМИ как основной канал воздействия ПР – 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 ПР – служб со СМИ

Темы фиксированных сообщений

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

Основные понятия

Письменные, устные, визуальные средства ПР – коммуникаций; мероприятия для прессы, специальные акции с участием прессы ; информационные повод; пресс-конференция, брифинг, пресс-клуб, презентация, прием, «социальные» акции, массовые мероприятия, ПР-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.

5. 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.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ПРЕПОДАВАНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «Управление общественными отношениями»

Презентации с использованием мультимедийных средств в программе Power Point:

- лекция по теме «Общественные отношения: природа и система управления» проводится с использованием презентации в программе Power Point и мультимедийных средств;

- свои доклады и рефераты студенты могут представлять с применением методических приемов показа и рассказа и в форме презентаций с использованием мультимедийных средств в программе Power Point.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРИМЕНЕНИЮ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

В процессе изучения дисциплины «Управление общественными отношениями» активно используются современные информационные технологии, особенно Интернет при подготовке к лекциям, а также к семинарским занятиям, и при подготовке индивидуальных докладов и рефератов.

Рекомендуемы Интернет-ресурсы:

1. Поисковые системы www.rambler.ru , www.aport.ru, www.google.ru , www.yandex.ru.
2. Сайты организаций: www.raso.ru, www.business.info, www.33333.ru, www.ipmi.ru, www.IPPoline.ru, www.IP-club.com, www.black.IP-online.ru www.humanities.edu.ru.

8. КОМПЛЕКТЫ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, ДОМАШНИХ ЗАДАНИЙ.

Практическое занятие 1

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

Вопросы для обсуждения:

4. Предпосылки возникновения ПР – деятельности.
5. Эволюция ПР в 20-м веке: этапы развития и модели.
6. Современная концепция ПР. Определение ПР. Функции ПР.

Темы фиксированных сообщений

6. Особенности проявления ПР – деятельности в античности и средневековье.
7. Отцы-основатели ПР (Айви Ли, Эд. Бернейз, Саймон Блэк и др.).
8. Проявления ПР – деятельности в российской истории.
9. Предыстория ПР в Западной Европе, США.
10. 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.

9. ФОНД ТЕСТОВЫХ И КОНТРОЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

группа

ФИО

Контрольный тест по УОО

1 вариант

1. ПР как деятельность по организации всеобщего сотрудничества во имя «служения интересам общественности» рассматривается в рамках подхода:

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

2. ПР как деятельность, направленная на удовлетворение конкретных потребностей с учетом интересов общественности, рассматривается в рамках подхода:

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

3. ПР как умение управлять с помощью общения рассматривается в рамках подхода:

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

4. ПР как совокупность специфических методов и приемов для решения проблем в области связей с общественностью рассматривается в рамках подхода:

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

5. 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.

6. Пропаганда отличается от PR тем, что она:

- а) допускает искажение цифр и фактов в чьих-либо интересах;
- б) основывается на правдивой информации;
- в) носит более мягкий характер, чем PR;
- г) предполагает механизм двусторонней связи.

7. Реклама отличается от PR тем, что она:

- а) практически не конкретизирована;
- б) открыто оплачивает размещение информации в СМИ;
- в) носит долгосрочный характер;
- г) нет правильного ответа.

8. Целью PR не является:

- а) формирование ситуации успеха фирмы;
- б) управляемый имидж;
- в) решение нестандартных задач и устранение противоречий;
- г) сбыт товаров и услуг.

9. Объектом PR не является:

- а) идеология;
- б) мировоззрение;
- в) стиль;
- г) товар или услуга.

10. Мероприятия PR не носят характер:

- а) познавательный;
- б) коммерческий;
- в) ознакомительный;
- г) некоммерческий.

11. К контролирующей функции PR относится:

- а) реагирование на общественность;
- б) достижение взаимовыгодных отношений между всеми связанными с организацией группами общественности;

- в) контроль мнения и поведения общественности с целью удовлетворения потребностей организации;
- г) нет правильного ответа.

12. К функциям ПР не относится:

- а) контролирующая;
- б) реагирующая;
- в) стимулирующая;
- г) достижения взаимовыгодных отношений.

13. Регулярная работа со СМИ; точная и правдивая, но негативная информация; отсутствие исследования обратной связи являются характерными чертами ПР на этапе его развития:

- а) «манипуляция», «паблисити»;
- б) «информирование общественности»;
- в) «двусторонняя асимметричная коммуникация»;
- г) «двусторонняя симметричная коммуникация».

14. Необязательность правдивости и объективности информации; главенствующая роль СМИ; привлечение внимание общественности любыми средствами являются характерными чертами ПР на этапе его развития:

- а) «манипуляция», «паблисити»;
- б) «информирование общественности»;
- в) «двусторонняя асимметричная коммуникация»;
- г) «двусторонняя симметричная коммуникация».

15. Взаимопонимание и взаимовлияние среды и организации; проведение переговоров; идеологичность являются характерными чертами ПР на этапе его развития:

- а) «манипуляция», «паблисити»;
- б) «информирование общественности»;
- в) «двусторонняя асимметричная коммуникация»;
- г) «двусторонняя симметричная коммуникация».

16. 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».

17. К системе правового регулирования ПР не относятся:

- а) законы;
- б) правовые нормы;

- в) идеалы;
- г) санкции за нарушения норм.

18. К саморегулированию ПР относятся:

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

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

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

20. Любая группа людей, сплотившихся вокруг конкретных общих идей, - это:

- а) фокус-группа;
- б) общественность;
- в) партия;
- г) класс.

10. ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ

Перечень контрольных вопросов к зачету для студентов специальности 080504 «Государственное и муниципальное управление»

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

11. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ КАДРАМИ ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА

№ п/п	Наименование дисциплин в соответствии с учебным планом	Обеспеченность преподавательским составом								
		Ф.И.О. должность по штатному расписанию	Какое образовательное учреждение профессионального образования окончил, специальность по диплому	Ученая степень и ученое звание (почетное звание)	Стаж научно педагогической работы			Основное место работы, должность	Условия привлечения к трудовой деятельности (штатный, совместитель (внутренний или внешний с указанием доли ставки), иное	Кол-во часов
						В т. ч. педагогический				
							В том числе по преподаваемой дисциплине			
					Всего	Всего				
	Управление общественными отношениями	Гриценко Л.И., доцент Праскова Ю.А., ст. преподаватель	Киевский ИНХ, Экономист, Финансы и кредит АмГУ, Экономика и управление на предприятии	-	23 10 л.	23 10 л	5 л 4 г.	АмГУ каф. ЭтиГУ, доцент АмГУ каф. ЭтиГУ, ст. препод.	Штатный Штатный	