

# ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ СЛУЖБЕ

## 1. Цель освоения дисциплины

Изучение основных теоретических подходов и взглядов на место и роль связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления, а также формирование практических навыков в области государственного маркетинга, политической коммуникации, мотивации и командной работы.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### *знать*

– теоретические и практические аспекты, необходимые для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями; базовый понятийный аппарат, необходимый для восприятия и осмысления информационно-коммуникационных процессов в органах государственной и муниципальной власти;

– специфические особенности функционала и практики связей с общественностью в системе государственного управления; содержание основных направлений PR-работы в органах государственной и муниципальной власти; основные сферы приложения PR-технологий в сфере государственного управления и публичной политики;

### *уметь*

– придерживаться принципов открытости и готовности к диалогу при осуществлении полномочий в рамках государственного и муниципального управления; организовывать публичные мероприятия в сфере государственного управления с целью информирования общественности; содействовать улучшению имиджа органов государственной власти и повышению её легитимности;

– применять современные методы анализа деятельности PR-служб в органах власти; применять навыки технологического обеспечения работы PR-служб органов власти с общественностью;

### *владеть*

– представлениями о роли связей с общественности в сфере государственного управления; базовыми навыками управления информационными потоками в системе «государство – общество»; методами воздействия на общественное мнение и мобилизации общественной поддержки деятельности государственной власти;

– навыками общения с журналистами и выступления в СМИ; навыками публичного диалога с активистами общественных и политических объединений; навыками привлечения «общественников» и политических активистов к консультированию, проектной деятельности, экспертизе решений в сфере государственного и муниципального управления.

#### **4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение**

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 30 ч., СРС – 78 ч.),

распределение по семестрам – 8,

форма и место отчётности – зачёт (8 семестр).

#### **5. Краткое содержание дисциплины**

Связи с общественностью в органах государственной власти. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях..

Государственное и муниципальное управление в РФ. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах. Организация работы со средствами массовой информации. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей. Особенности связей с общественностью в органах муниципальной власти.

Технологии работы отделов по связям с общественностью в органах государственной власти. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной и муниципальной власти..

Общественное мнение как объект коммуникативного воздействия. Коммуникативные факторы связей с общественностью в работе со структурами, представляющими интерес для организации. Формирование имиджа. Паблик рилейшнз в кризисных ситуациях.

#### **6. Разработчик**

Рыженко Екатерина Сергеевна, канд. филолог. наук, доцент кафедры социальной работы.