

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 18.06.2025 08:44:46
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

Е.В. Коновалова

11 июня 2025г., протокол УМС №5

Связи с общественностью в управленческой деятельности

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Государственного и муниципального управления и управления персоналом		
Учебный план	b380303-УП-24-4.plx 38.03.03 Управление персоналом Направленность (профиль): Кадровая политика и управление трудовой деятельностью в организации		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах: зачеты 7	
в том числе:			
аудиторные занятия	32		
самостоятельная работа	40		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	17 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

Ст.преподаватель, Замятина Мария Сергеевна

Рабочая программа дисциплины

Связи с общественностью в управленческой деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 955)

составлена на основании учебного плана:

38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль): Кадровая политика и управление трудовой деятельностью в организации
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11 июня 2025г., протокол УМС №5

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Государственного и муниципального управления и управления персоналом

Зав. кафедрой Хадасевич Н.Р., к.э.н., доцент

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	на основе изучения базовых понятий и инструментов установления связей с общественностью в управлении сформировать у студентов способность обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации, формировать общественное мнение в рамках государственного и муниципального управления
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	ФТД.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Коммуникации в управленческой деятельности
2.1.2	Производственная практика, технологическая (проектно-технологическая) практика;
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Производственная практика, преддипломная практика;

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-6.3: Организует эффективное, бесконфликтное взаимодействие и коммуникации персонала****В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

3.1	Знать:
3.1.1	базовые понятия и инструменты установления связей с общественностью в управлении
3.1.2	теоретические основы обеспечения взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации,
3.1.3	понятие общественного мнения
3.2	Уметь:
3.2.1	применять базовые понятия и инструменты установления связей с общественностью в управлении при решении практических задач
3.2.2	обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации,
3.2.3	формировать общественное мнения в рамках государственного и муниципального управления

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Теоретические основы рекламы и связей с общественностью.					
1.1	Основы рекламы и связей с общественностью. Историческое развитие /Лек/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.2	Основы рекламы и связей с общественностью. Историческое развитие /Пр/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.3	Этика и законодательство в рекламе и связях с общественностью /Лек/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.4	Этика и законодательство в рекламе и связях с общественностью /Пр/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1	

1.5	Исследование аудитории: методы, инструменты и применение результатов /Лек/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.6	Исследование аудитории: методы, инструменты и применение результатов /Пр/	7	1	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.7	Теоретические основы рекламы и связей с общественностью. /Ср/	7	5	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 2. Разработка и реализация рекламных кампаний					
2.1	Разработка и реализация рекламных кампаний /Лек/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.2	Разработка и реализация рекламных кампаний /Пр/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.3	Коммуникационные стратегии для государственных, коммерческих и некоммерческих организаций /Лек/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.4	Коммуникационные стратегии для государственных, коммерческих и некоммерческих организаций /Пр/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.5	Внутренние коммуникации и корпоративная культура /Лек/	7	1	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.6	Внутренние коммуникации и корпоративная культура /Пр/	7	1	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.7	Разработка и реализация рекламных кампаний /Ср/	7	6	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 3. PR-мероприятия и их роль в формировании общественного мнения					
3.1	Контент-маркетинг и storytelling в рекламе и связях с общественностью /Лек/	7	1	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.2	Контент-маркетинг и storytelling в рекламе и связях с общественностью /Пр/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	

3.3	Мониторинг и оценка эффективности рекламных и PR-кампаний /Лек/	7	1	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.4	Мониторинг и оценка эффективности рекламных и PR-кампаний /Пр/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.5	Методы работы по связям с общественностью, используемые органами власти /Лек/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.6	Методы работы по связям с общественностью, используемые органами власти /Пр/	7	2	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.7	Эффективные презентации и публичные выступления /Лек/	7	1	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.2Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.8	PR-мероприятия и их роль в формировании общественного мнения /Ср/	7	5	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 4. Промежуточная аттестация						
4.1	/Контр.раб./	7	20	ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
4.2	/Зачёт/	7	4	ПК-6.3		

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017, электронный ресурс	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.2	Ачкасова В. А., Быков И. А., Дорский А. Ю., Дунаева Ю. Г., Побединский И. М., Рущин Д. А., Филатова О. Г., Борисова О. В., Трохинова О. И., Кузьмин А. Е., Журавлева Н. Н., Гладченко И. А., Гульятеева В. Ю.	Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Осипова Е. А.	Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015, электронный ресурс	1
Л2.2	Борщевский Г. А.	Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Ищенко О. В.	Связи с общественностью в органах власти: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2017	40
Л3.2	Ищенко О. В.	Связи с общественностью в управлении: методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям и выполнению контрольных работ	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2019, электронный ресурс	1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Сервер органов государственной власти в РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gov.ru/ – Загл. с экрана.			
Э2	Официальный веб-сайт органов государственной власти ХМАО-Югры [Электронный ресурс] – Режим доступа http://www.admhmao.ru/ Загл. с экрана.			
Э3	Администрация города Сургута: официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://admsurgut.ru/ – Загл. с экрана.			
6.3.1 Перечень программного обеспечения				
6.3.1.1	Программы для работы с электронными документами и презентациями (например, «Microsoft Office Word», «Microsoft Office Excel», «Microsoft Office PowerPoint» и т.д.)			
6.3.2 Перечень информационных справочных систем				
6.3.2.1	1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/ – Загл. с экрана.			
6.3.2.2	2. Информационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.garant.ru/ – Загл. с экрана.			
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				

7.1	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (доска, экран (стационарный или переносной), проектор). Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечения доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
-----	---