

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФГБОУ ВО ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГИИ И ФИЛОСОФИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Основы менеджмента и PR в сфере публичного
управления»

Кафедра философии и социально-политических наук

Образовательная программа
41.03.04 Политология

Направленность (профиль) программы:
Общий

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Форма обучения
Очная

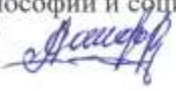
Статус дисциплины:

*входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных
отношений*

Махачкала - 2021

Рабочая программа дисциплины «Основы менеджмента и PR в сфере публичного управления» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 41.03.04 Политология, уровень бакалавриата от 23 августа 2017 г. № 814.

Разработчик:

Кафедра философии и социально-политических наук, кандидат политических наук, доцент  Саидов А.А..

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры философии и социально-политических наук от «09» 06 2021 г., протокол № 9

Зав. кафедрой



Яхьяев М.Я.

на заседании Методической комиссии факультета психологии и философии от «02» 07 2021 г., протокол № 4

Председатель



Билалов М.И.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением от «09» 07 2021 г.

(Начальник УМУ



Гасангаджиева А. Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Основы менеджмента и PR в сфере публичного управления» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата по направлению 41.03.04 Политология, профиль подготовки общий/ Дисциплина реализуется на факультете психологии и философии ДГУ кафедрой философии и социально- политических наук.

Содержание дисциплины направлено на изучение студентами основных теоретических и практических аспектов менеджмента и управленческих технологий в сфере публичного управления. Охватывает круг вопросов, связанных с исследованием основных теоретических направлений в области политико- управленческих наук, их основных понятий и категорий. Дисциплина направлена на получение специальных знаний в сфере PR менеджмента и возможность их использования в процессе дальнейшего обучения, профессионального становления и развития. Значительное внимание уделяется усвоению современных теоретических подходов к пониманию и организации управленческих процессов, представлениям о роли общественного мнения в современном менеджменте, роли PR как инструмента гармонизации связей между организацией и обществом в сфере публичного управления..

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ОПК–1; ПК – 1, ПК-2.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа, контроль самостоятельной работы студентов

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости:

устный опрос, коллоквиум, контрольная работа, защита рефератов.

Форма промежуточного контроля: экзамен

Объем дисциплины 6 зачетных единиц, 216 часов в том числе в академических часах по видам учебных занятий: 40 ч. лекций, 40 ч. практических занятий, 136 ч. самостоятельная работа студентов.

Сем.	Всего	Учебные занятия							Форма итоговой аттестации: экзамен
		в том числе							
		Контактная работа обучающихся с преподавателем						СРС	
		Всего	из них						
Лекции	Лабораторные занятия		Практические занятия	КСР	консультации				
5	72	32	16		16			40	зачёт
6	144	48	24		24			96	ЭКЗАМЕН
Итого по двум семестрам:	216	80	40		40			136	

1.Цели освоения дисциплины

Рабочая программа по дисциплине «Основы менеджмента и PR в сфере публичного управления» разработана в соответствии с целями, задачами и требованиями ФГОС ВО и в соответствии с общими целями ОПОП ВО.

Цели дисциплины

- овладение знаниями в области теории политического менеджмента, навыками применения категорий предмета в процессе исследования современных PR управленческих систем, в практике публичного управления;
- получение специальных знаний в сфере PR менеджмента и возможность их использования в процессе дальнейшего обучения, профессионального становления и развития;
 - знакомство студентов с предметным полем сферы связей с общественностью, изучение концепции PR как одного из важнейших элементов современного цивилизованного рыночного механизма;
 - выбор оптимальных форм практического использования инструментов PR, презентаций,

круглых столов, пресс-конференций;

- выработка навыков организации, проведения политико – управленческих решений в условиях информационного общества. и применения полученных знаний в практике профессиональной деятельности, в процессе решения конкретных задач, связанных с дальнейшим совершенствованием PR технологий, социально-политических отношений в сфере публичного управления.

2.Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата по направлению 41.03.04 Политология, профиль подготовки общих.

Дисциплина «Основы менеджмента и PR в сфере публичного управления» основывается на знаниях, полученных при изучении дисциплин: История политических учений, Политический менеджмент, Политический анализ, Политическая теория.

3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции выпускника	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ОПК-1. Способен осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности	ОПК-1.1. Интерпретирует эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности	Знает: основные подходы к организации эффективной коммуникации в мультикультурной профессиональной среде. Умеет: систематизировать и интерпретировать, применять понятийный аппарат по профилю деятельности. Владет: навыками систематизации и интерпретации значимых для PR технологий факторов, определяющих эффективную коммуникацию, влияющих на процессы публичного управления.	Устный опрос Реферат.
	ОПК 1.2. Способен осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на иностранном(ых) языке(ах) на основе применения понятийного	Знает: -понятийный аппарат по профилю деятельности; - основы, базовые принципы коммуникации в мультикультурной профессиональной среде; - средства эффективной межкультурной коммуникации в том числе в публичном пространстве на иностранном(ых) языке(ах), с учетом особенностей мультикультурной среды. - знает этические и культурные нормы коммуникации в публичном	Устный опрос Реферат.

	аппарата по профилю деятельности	и информационном пространстве, в том числе с применением цифровых и информационных технологий на иностранном(ых) языке(ах). Умеет: - применять понятийный аппарат по профилю деятельности на иностранном(ых) языке(ах); - использовать основные стратегии, тактические приемы и техники аргументации с целью последовательного выстраивания позиции представляемой стороны в мультикультурной профессиональной среде - применять эффективные переговорные технологии в межкультурной коммуникации в том числе в публичном пространстве на иностранном(ых) языке(ах). - применять этические и культурные нормы коммуникации, в публичном и информационном пространстве, в дипломатии и деловом общении, в том числе с применением цифровых и информационных технологий на иностранном(ых) языке(ах). Владеет: - навыками оперирования понятийным аппаратом по профилю деятельности на иностранном(ых) языке(ах); - навыками и приемами техники аргументации с целью последовательного выстраивания позиции представляемой стороны в мультикультурной профессиональной среде на иностранном(ых) языке(ах) - навыками вести эффективные переговоры в межкультурной коммуникации в том числе в публичном пространстве на иностранном(ых) языке(ах). - навыками этических и культурных норм коммуникаций, в публичном и информационном пространстве, в дипломатии и деловом общении, в том числе с применением цифровых и информационных технологий на	
--	----------------------------------	--	--

		иностранном(ых) языке(ах).	
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения продукции политических средств массовой информации	ПК-1.1. Исследует организацию продвижения продукции политических средств массовой информации	Знает: организационные закономерности продвижения продукции политических средств массовой информации. Умеет: участвовать в осуществлении продвижения продукции политических средств массовой информации Владеет: навыками участия в осуществлении организационной деятельности по продвижению продукции политических средств массовой информации	Устный опрос Тестирование Реферат
	ПК-1.2. Продвигать продукцию политических средств массовой информации с помощью электронных средств коммуникации	Знает: знает основы теории и методов работы с информационными, телекоммуникационными и компьютерными технологиями в PR и программировании. Умеет: анализировать контент средств массовой информации на предмет востребованности в публичной сфере . Владеет: навыками продвижения продукции политических средств массовой информации в системе искусственного интеллекта.	Устный опрос Реферат
ПК-2. . Способен разрабатывать основные направления (концепции) вещания, связанные с освещением проблематики внутриполитической и внешнеполитической направленности в средствах массовой информации и осуществления эфирного планирования совместно с коллегами.	ПК-2.1. Разрабатывает основные направления вещания СМИ, эфирное вещание .	Знает: способы исследования и анализа внутренних и внешних факторов влияющих на политику государства Умеет: разрабатывать основные направления работы СМИ связанные с освещением проблематики как внутриполитической направленности, так и внешнеполитической направленности Владеет: навыками разработки основные направления (концепции) вещания, связанные с освещением проблематики внутриполитической и внешнеполитической направленности в средствах массовой информации и осуществления эфирного планирования совместно с коллегами.	Устный опрос Реферат

	ПК-2.1. Способен разрабатывать основные направления (концепции) вещания, связанные с освещением проблематики внутривнутриполитической и внешнеполитической направленности в средствах массовой информации.	Знает: алгоритм разработки основных направлений (концепции) вещания, связанные с освещением общей риторики внутривнутриполитического и внешнеполитического диалога, вопросов национальной безопасности, глобальных и региональных проблем в средствах массовой информации. Умеет: - разрабатывать основные направления (концепции) вещания, связанные с освещением общей риторики внутривнутриполитического и внешнеполитического диалога, вопросов национальной безопасности, глобальных и региональных проблем в средствах массовой информации. Владеет: - навыками ведения вещания, связанные с освещением общей риторики внутривнутриполитического и внешнеполитического диалога, вопросов национальной безопасности, глобальных и региональных проблем в средствах массовой информации.	Устный опрос Реферат
--	---	--	-------------------------

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины

Объем дисциплины – 6 зачетных единиц, 216 часов. Лекций – 40 часов.

Практические занятия – 40 часов

Самостоятельная работа – 136 часов

4.2. Структура дисциплины

4.2.1. Структура дисциплины

№ п/п	Разделы и темы Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудо- емкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успева- емости (<i>по неде- лям семестра</i>) Форма промежу- точной аттеста-
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. мост. раб.		
	Модуль 1 <u>Теоретические основы менеджмента</u>								

1	Тема 1. Предмет методы и функции менеджмента	5		4	4			10	Устный опрос
2	Тема 2. Связи с общественностью (СО) как отрасль знания. Объект, предмет, методы PR.	5		4	4			10	защита рефератов
3	Итого по модулю 1	36		8	8			20	Итоговый коллоквиум
4	Модуль 2 <u>Социально-политические, методологические и психологические основы менеджмента</u>								Устный опрос
5	Тема 1. Социальные и психологические аспекты процесса управления	5		4	4			10	коллоквиум
6	Тема 2. Политический менеджмент: методологический контекст	5		4	4			10	устный опрос
7	Итого по модулю 2.	36		8	8			20	Итоговый коллоквиум
8	ИТОГО :	72		16	16			40	зачёт
Модуль 3 <u>Правовые основы PR деятельности</u>									
1	Тема 1. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере СО.	6		4	4			7	Устный опрос
2	Тема 2. Базовые документы в PR деятельности	6		4	4			8	защита рефератов
3	Итого по модулю 3	31		8	8			15	Итоговый коллоквиум
4	Модуль 4 <u>Функции имиджа в формировании корпоративной культуры</u>								
5	Тема 1. Понятие и коммуникативные функции имиджа в СО	6		4	4			7	коллоквиум
6	Тема 2. Формирование корпоративной культуры и имиджа организации	6		4	4			8	устный опрос
7	Итого по модулю 4.	31		8	8			15	Итоговый коллоквиум
Модуль 5. PR коммуникативные технологии в различных сферах общества									
1	Тема 1. Роль общественного мнения и PR в современном менеджменте	6		2	2			7	Устный опрос

2	Тема 2. Реклама и медиапланирование в сфере публичного управления	6		2	2			7	защита рефератов
3	Тема 3. PR технологии в привлечении инвестиций	6		2	2			8	Устный опрос
4	Тема 4. Сущность и особенности PR коммуникативных процессов в политике. Политическое консультирование	6		2	2			8	Итоговый коллоквиум
5	Итого по модулю 5.	46		8	8			30	
6	Модуль 6. Подготовка к экзамену							36	Итоговый ЭКЗАМЕН
7	Итого по 3-м семестрам.	216		40	40			136	

4.3.Содержание дисциплины, структурированное по темам модулей.

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1. Теоретические основы менеджмента

Тема 1. Предмет методы и функции менеджмента

Предмет и задачи менеджмента. Субъект и объект менеджмента. Методы менеджмента. Функции менеджмента. Соотношение понятий менеджмент и управление. Управление как свойство социальных систем, виды управления в различных сферах жизнедеятельности общества. Государственное управление, его основные черты. Особенности управления в государственных учреждениях и политических организациях. Технология и организация социально-политического процесса. Менеджмент как политико-технологическое управление. Объект и предмет менеджмента, понятийный аппарат менеджмента, методология и методы изучения политического менеджмента. Место менеджмента в системе социальных наук. Роль менеджмента в современных условиях. Социально-политические предпосылки становления и развития политического менеджмента как самостоятельной сферы деятельности. Менеджмент как профессиональная сфера. Становление менеджмента в России: проблемы и перспективы.

Тема 2.

Связи с общественностью (СО) как отрасль знания. Объект, предмет, методы PR.

Определения PR. Становление PR как науки и учебной дисциплины, задачи и функции PR. Роль Айви Ли в истории PR. Роль Э. Бернайза в развитии связей с общественностью. Значение деятельности А. Пейджа для развития корпоративных PR. Роль PR в современном обществе. Современная история становления российских PR: проблемы и противоречия.

Модуль 2. Социально-политические, методологические и психологические основы менеджмента

Тема 1.

Социальные и психологические аспекты процесса управления

Приемы оптимизации управленческого общения. Доверие и делегирование полномочий. Техники повышения доверия к индивидуальным характеристикам руководителей. Подходы к пониманию конфликта в организации. Определения конфликта. Типология конфликтов в менеджменте. Причины конфликтов. Фазы конфликта и их классификация. Конфликт и эмоции. Позитивные функции конфликта. Завершение конфликта и ошибки в урегулировании конфликта в организации. Технология разрешения конфликта и его этапы. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.

Социокультурный пласт существования организации в международном контексте. Социокультурные различия в международных моделях менеджмента. Связи с общественностью в развитии международных связей учреждения.

Тема 2.

Политический менеджмент: методологический контекст

Метод политического исследования. Системный метод и Д. Истон. Т. Парсонс и система. Равновесие и упорядоченность. Карл Дойч и информационный обмен в системе. Системы органические и системы искусственные. Органическое в конфликте с искусственным. Города, затянутые природой. Города, отвоёванные у природы. Структурный метод. Социологический метод. Бюрократия и её функции. М. Вебер и бюрократия. Работа «по инструкции». Мотивы социальных действий М. Вебера. «Вертикальные» и «горизонтальные» практики управления. Качественные и количественные методы в политическом менеджменте. Метод дискурс-анализа

Модуль 3 Правовые основы PR деятельности.

.Тема 1.

Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере СО.

Этика и профессиональные стандарты PR-специалиста. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКOC, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов PACO. Сертификация и лицензирование профессионалов в СО (СО-связи с общественностью). Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью: Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Европейская Конфедерация связей с общественностью (CERP), Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA),

Крупнейшие международные независимые компании и сети агентств в области связей с общественностью. Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и [нормативные акты](#), регулирующие общественную и коммерческую деятельность в сфере публичного управления. Федеральные законы о СМИ, рекламе, [защите прав потребителей](#). Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.

Тема 2.

Базовые документы в PR деятельности

PR документы внутренние и внешние, как совокупность материалов, определяющих организационную основу стратегической и оперативной PR деятельности. Печатное слово как универсальный инструмент достижения взаимопонимания. Структурирование информации содержащейся в PR документах. Предмет планируемого материала. Предварительная работа по составлению того или иного PR документа.

Целевая аудитория как критерий деления всей совокупности PR документов на три основные группы. Пресс = релиз, пресс – кит как виды документов направленных на представителей СМИ. Место в PR документах брошюр, флаеров и другой полиграфической продукции. PR документы ориентированные сразу на несколько целевых аудиторий (годовой отчёт). Брошюры, флаеры, годовой отчёт как базовые документы. Цели брошюры. Функции флаеров. Пресс – релиз как главный рабочий оперативный документ в СО и во взаимодействии со СМИ. Пресс – досье как документ помогающий оценить эффективность того или иного мероприятия. Роль и функции оперативных документов в PR технологиях.

Модуль 4_Функции имиджа в формировании корпоративной культуры

Тема 1.

Понятие и коммуникативные функции имиджа в СО

Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Сущность понятия "Имидж товара". Имидж и субъективный образ. Основные составляющие имиджа. Факторы влияющие на восприятие имиджа. PR-технологии построения имиджей. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Требования предъявляемые к связям с общественностью в PR- организациях. Отдельные аспекты связей с общественностью по формированию доверия к организации PR инструменты предупреждения и разрешения кризисных и конфликтных ситуаций в связях с общественностью, взаимоотношения со СМИ, с обществом, с сотрудниками, с потребителями; финансовые отношения, политические отношения в сфере публичного управления. Определение брэнда. Составляющие элементы брэнда как целостной маркетинговой системы. Классификация брендов. Концепция формирования брэнда, Позиционирование брэнда.

Тема 2. Формирование корпоративной культуры и имиджа организации

Корпоративная культура: понятие, функции и механизмы формирования. Элементы корпоративной культуры организации. Функции корпоративной культуры. Типология корпоративной культуры. Процесс и механизмы формирования корпоративной культуры организации. Корпоративный имидж и его природа. Общее представление об имидже организации. Структура и элементы корпоративного имиджа. Цели, задачи и функции формирования имиджа организации. Формирование и продвижение имиджа организации. Фирменный стиль организации

Модуль 5. PR коммуникативные технологии в различных сферах общества.

Тема 1.

Роль общественного мнения и PR в современном менеджменте

Престиж как элемент функционирования организации в обществе; мероприятия для поддержания и корректировки престижа. Роль общественного мнения в современном менеджменте. Изучение общественного мнения социума как цель социального управления и средство гармонизации отношений; Связи с общественностью как способ гармонизации отношений организации и социума; Связи с общественностью как процесс; связи с общественностью в государственных организациях, в промышленном и коммерческих секторах; формы работы с политическими и общественными структурами; лоббизм. связи с общественностью как взаимодействие социально-психологических и административных факторов в процессе управления; связи с общественностью и вертикальная гармонизация отношений.

Тема 2.

Реклама и медиапланирование в сфере публичного управления.

Понятие рекламной коммуникации в сфере публичного управления, ее цели и основные составляющие. PR менеджмент» с использованием информационных и коммуникационных технологий. практическая деятельность в сфере PR менеджмента. Эффективность рекламной коммуникации в сфере публичного управления. Понятие медиапланирования, медиаканал и медианоситель. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании. PR приемы и методы сбора, хранения и обработки информации. Цели и задачи медиапланирования. Этапы медиапланирования, охват аудитории и количество рекламных контактов. Создание медиаплана для рекламной кампании. Медиа-бриф. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана. Показатели, которые используются для оценки концепции медиапланирования в сфере публичного управления ЭЭХ39.

Критерии анализа и выбора средств распространения рекламы в сфере публичной политики. Особенности рекламы в различных СМИ, их достоинства и недостатки. Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Реклама в Интернет.

Тема 3.

PR технологии в привлечении инвестиций

Актуальность привлечения инвестиций. Понятие спонсоринга, фандрайзинга. Благотворительность – как возможный вид PR-деятельности. Особенности благотворительности в Государственных и негосударственных учреждениях. Попечительство. Источники финансирования в фандрайзинге. Целевые мероприятия по привлечению средств. Гранты. Организации выдающие гранты. Этапы Фандрайзинга. Особенности ведения переговоров при привлечении инвестиций.

Тема 4.

Сущность и особенности PR коммуникативных процессов в политике. Политическое консультирование

Коммуникации в политике. Предмет политической коммуникации. Основные понятия политической коммуникации: коммуникация, политика, публичное управление, власть, политическая коммуникация, социально-политические технологии, субъекты и формы политической коммуникации. PR менеджмент с использованием информационных и коммуникационных технологий практической деятельности в сфере PR менеджмента; – методы исследований. PR управление коммуникационной политикой, разработкой программы проведения мероприятий по связям с общественностью. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции. Понятие политического [консалтинга](#). Политическое консультирование: типы, виды и формы. Специфика политического консультирования. Технологии политического консультирования. Внутреннее и внешнее политическое консультирование. Характеристика современного рынка политических консультационных услуг в России. Политический консультант: типы, характерные черты, функции. Работа консультанта в избирательной кампании по созданию стратегии клиента. СМИ как инструмент политического манипулирования. Приемы политического манипулирования. Манипулирование и политическая реклама в сфере публичного управления.

4.3.2. Темы практических занятий

Модуль 1. Теоретические основы менеджмента

Тема 1. Предмет, методы и функции менеджмента

1. Понятие и предметная сфера менеджмента
2. Объект, предмет и основные понятия менеджмента.
3. Проблемы становления менеджмента в РФ
4. Функции политического менеджмента
5. Особенности управления в государственных учреждениях и политических организациях.

Тема 2. Связи с общественностью (СО) как отрасль знания. Объект, предмет, методы PR.

1. Определения PR. Становление PR как науки и учебной дисциплины, задачи и функции PR.
2. Роль Айви Ли в истории PR. Роль Э. Бернайза в развитии связей с общественностью.
3. Значение деятельности А. Пейджа для развития корпоративных PR.
4. Роль PR в современном обществе.
5. Современная история становления российских PR: проблемы и противоречия

Модуль 2. Социально-политические, методологические и психологические основы менеджмента

Тема 1. Социальные и психологические аспекты процесса управления

1. Социальные и психологические приемы оптимизации управленческого общения.
2. Техники повышения доверия к индивидуальным характеристикам руководителей.
3. Подходы, типология, причины конфликтов в менеджменте.
4. Определения фазы, конфликт и эмоции. Позитивные функции, завершение конфликта. 5.

Технология разрешения конфликта и его этапы.

6. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.

7. Социокультурные различия в международных моделях менеджмента.

8. Связи с общественностью в развитии международных связей учреждения.

Тема 2.

Политический менеджмент: методологический контекст

1. Роль методологии в политическом менеджменте

2. Системный и институциональный методы в политическом менеджменте

3. Качественные и количественные методы в политическом менеджменте

4. Метод дискурс-анализа в определении мотивов социальных действий.

5. PR-методики в политическом менеджменте.

Модуль 3 Правовые основы PR деятельности

Тема 1.

Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере СО.

1. Понятие и виды Кодексов профессионального поведения ПР специалиста.

2. Декларация этических принципов РАСО.

3. Российская Ассоциация по связям с общественностью.

4. Правовое обеспечение связей с общественностью.

5. Неформальные способы регулирования СО.

Тема 2.

Базовые документы в PR деятельности

1. Внешние и внутренние базовые PR документы.

2. Предварительная работа по составлению того или иного документа.

3. Виды целевых групп на которые направлены базовые документы PR деятельности.

4. Пресс-релиз, пресс-кит, пресс-досье как базовые документы ПР деятельности.

5. Брошюры, флаеры, годовой отчёт как базовые документы PR деятельности.

6. Роль оперативных документов в ПР деятельности.

Модуль 4 Функции имиджа в формировании корпоративной культуры

Тема 1.

Понятие и коммуникативные функции имиджа в СО.

1. Понятие и роль имиджа в процессе коммуникации.

2. Основные факторы, способствующие восприятию имиджа.

3. Построение имиджа в PR технологиях.

4. Понятие и признаки корпоративного имиджа.

5. Инструменты предупреждения и разрешения кризисных ситуаций в ПР технологиях.

6. Понятие, признаки и основные элементы бренда как целостной маркетинговой системы.

Тема 2.

Формирование корпоративной культуры и имиджа организации

1. Понятие и механизмы формирования корпоративной культуры.

2. Основные элементы и функции корпоративной культуры.

3. Типология корпоративной культуры.

4. Корпоративный имидж: понятие, признаки, основные элементы, цели, задачи.

5. Фирменный стиль организации.

Модуль 5. PR коммуникативные технологии в различных сферах общества

Тема 1. Роль общественного мнения и PR в современном менеджменте

1. Роль общественного мнения в современном менеджменте.

2. Связи с общественностью, как способ гармонизации отношений в организации и обществе.

3. Престиж как элемент функционирования организации. PR в поддержании престижа.
4. Связи с общественностью как процесс работы в государственных институтах.
5. Процессы гармонизации вертикальных отношений в сфере публичного управления.

Тема 2. Реклама и медиапланирование в сфере публичного управления

1. Понятие рекламной коммуникации в сфере публичного управления.
2. Факторы эффективности рекламной коммуникации в сфере публичного управления.
3. Понятие, цели, задачи медиапланирования, медиаканал, медианоситель.
4. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана.
5. Методы распространения рекламы, выбор средств в сфере публичного управления.

Тема 3. PR технологии в привлечении инвестиций

1. Актуальность, формы и методы привлечения инвестиций.
2. Понятие спонсоринга, фандрайзинга в PR технологиях.
3. Благотворительность - как возможный вид PR деятельности.
4. Понятие и признаки попечительства.
5. Целевые мероприятия по привлечению средств.
6. Особенности ведения переговоров при привлечении инвестиций.

Тема 4. Сущность и особенности PR коммуникативных процессов в политике. Политическое консультирование

1. Предмет, основные понятия и функции политической коммуникации.
2. PR - управление коммуникационной политикой.
3. Типы, виды и формы политического консультирования.
4. Технологии политического консультирования.
5. Политический консультант: типы, характерные черты, функции.
6. Работа консультанта в избирательной кампании.
7. Манипулирование и политическая реклама в сфере публичного управления.

5. Образовательные технологии

При реализации различных видов учебной работы предусматриваются следующие образовательные технологии:

- традиционные и интерактивные лекции;
- семинары и коллоквиумы;
- подготовка доклада, творческого эссе;
- участие в научно-методологических семинарах, коллоквиумах и конференциях;
- консультации преподавателя;
- встречи с представителями государственных и общественных организаций,
- мастер-классы экспертов и специалистов;
- самостоятельная работа, подготовка к семинарским занятиям с использованием интернета и электронных библиотек, выполнение письменных работ

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Основными видами самостоятельной работы студентов являются:

- работа с учебной и справочной литературой;
- конспектирование первоисточников;
- выполнение индивидуальных домашних заданий, задач и упражнений;
- изучение научной литературы по отдельным темам курса;
- подготовка рефератов, научных сообщений по темам;
- подготовка докладов к научным конференциям

6. 1. Материалы для подготовки к самостоятельной работе студентов, представленные на сайте кафедры философии и социально-политических наук:

1. Перечень основной, словарно-справочной и дополнительной литературы. Режим доступа: <http://cathedra.icc.dgu.ru/Information.aspx?Value=8&id=1479>
2. Индивидуальные задания, задачи и упражнения по разделам представлены на сайте кафедры (Режим доступа: <http://cathedra.icc.dgu.ru/?id=1479>) и образовательном блоге (Режим доступа: <https://philosophyspsdgu.blogspot.com/>)
3. Электронная версия методических указаний по организации самостоятельной работы представлена на сайте кафедры. Режим доступа: <http://cathedra.icc.dgu.ru/?id=1479>
Саидов А.А. Политический менеджмент. Учебно-методическое пособие. – Махачкала, 2019г.
4. Электронная библиотека учебных и контрольно-обучающих программ представлена на сайте кафедры. Режим доступа: <http://cathedra.icc.dgu.ru/?id=1479>
5. Электронная версия тестовых заданий по всем разделам курса имеется в учебно-методическом кабинете кафедры.
6. Первоисточники имеются в учебно-методическом кабинете кафедры философии и социально-политических наук.

6. 2. Самостоятельная работа (по темам модулей)

Модуль 1. Теоретические основы менеджмента

Тема 1. Управление в обществе

Общество как сверхсложная система. Процессы управления в обществе. Управление как функция социальной (общественной) системы. Социальная система как система управления.

Тема 2. Управление и организация

Содержание и соотношение понятий «система» и «организация». Организованная система. Методологические основы исследования организации систем. Принципы организации систем. Структурный и функциональный подходы к организации.

Тема 3. Политика как организационная деятельность

Сферы общественной жизни как типы деятельности людей. Организационная сфера общественной жизни. Два подтипа организационной деятельности: коммуникативная деятельность и социальное управление.

Тема 4. Политический менеджмент в условиях избирательной кампании

Понятие, особенности и характеристики избирательной кампании. Избирательный штаб и его управленческие функции в избирательной кампании. Политическая реклама: функции и типология. Роль маркетинговых исследований в управлении избирательной кампанией.

Тема 5. Связи с общественностью, объект, предмет, методы PR..

Становление PR как науки и учебной дисциплины, задачи и функции PR. Роль Айви Ли в истории PR. Роль Э. Бернайза в развитии связей с общественностью. Значение деятельности А. Пейджа для развития корпоративных PR. Роль PR в современном обществе

Модуль 2 Социально-политические, методологические и психологические основы менеджмента

Тема 1. Процесс управления: различные социальные и психологические подходы

Процессы управления социокультурными различиями в международных моделях менеджмента. Связи с общественностью в развитии общества. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах. Социокультурный пласт существования организации.

Тема 2. Система методов и подходов к анализу политического менеджмента.

Системный метод и Д. Истон. Т. Парсонс и система. Равновесие и упорядоченность. Карл

Дойч и информационный обмен в системе. Системы органические и системы искусственные. Органическое в конфликте с искусственным. Города, затянутые природой. Города, отвоёванные у природы. Структурный метод Социологический метод. Бюрократия и её функции. М. Вебер и бюрократия. Работа «по инструкции». Мотивы социальных действий М. Вебера. «Вертикальные» и «горизонтальные» практики управления. Качественные и количественные методы в политическом менеджменте

Тема 3. Идеино-ценностные основы государственного управления

Роль ценностей, идей, идеалов в оценке государственной политики. Идеино - психологическая борьба как духовное выражение конфликта социально-политических интересов. Воплощение психотипов людей, ценностей и идей в политических идеологиях, программах политических партий, общественно-политических движений и организаций.

Модуль 3 Правовые основы PR деятельности.

Тема 1. Связи с общественностью правовые и этические аспекты.

Профессиональные стандарты PR-специалиста. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и AKOC, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов PACO. Сертификация и лицензирование профессионалов в СО (СО-связи с общественностью).

Тема 2. Нормативно-документальная основа PR деятельности

Предварительная работа по составлению того или иного PR документа. Целевая аудитория как критерий деления всей совокупности PR документов на три основные группы. Пресс = релиз, пресс – кит как виды документов направленных на представителей СМИ. Место в PR документах брошюр, флаеров и другой полиграфической продукции. PR документы ориентированные сразу на несколько целевых аудиторий (годовой отчёт).

Модуль 4 Функции имиджа в формировании корпоративной культуры

Тема 1. Роль в налаживании связей с общественностью коммуникативных функций имиджа.

Содержание и роль имиджа в процессе коммуникации. Сущность понятия "Имидж товара". Имидж и субъективный образ. Основные составляющие имиджа. Факторы влияющие на восприятие имиджа. PR-технологии построения имиджей. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, [фирменного стиля](#). Требования предъявляемые к связям с общественностью в PR- организациях. Отдельные аспекты связей с общественностью по формированию доверия к организации PR инструменты предупреждения и разрешения кризисных и конфликтных ситуаций в связях с общественностью

Тема 2. Элементы и типология корпоративной культуры и имиджа организации

Элементы корпоративной культуры организации. Функции корпоративной культуры. Типология корпоративной культуры. Процесс и механизмы формирования корпоративной культуры организации. Корпоративный имидж и его природа. Общее представление об имидже организации. Структура и элементы корпоративного имиджа. Цели, задачи и функции формирования имиджа организации.

Тема 3. Лидерство в системе формирования имиджа организации.

Лидерство как способ реализации управления в организации. Лидер организации как субъект формирования имиджа организации. Политические, социально-психологические и профессиональные особенности современного лидера организации. Стилль управления организацией. Профессионально личностная модель лидера управленческого типа.

Модуль 5. PR коммуникативные технологии в различных сферах общества

Тема 1. Связь современного менеджмента с общественным мнением и PR технологиями.

Роль общественного мнения и PR в современном менеджменте. Изучение общественного мнения социума как цель социального управления и средство гармонизации отношений. Связи с общественностью как способ гармонизации отношений организации и социума. Связи с общественностью как процесс связи с общественностью в государственных организациях, в промышленном и коммерческих секторах. Функции PR. Формы работы с политическими и общественными структурами

Тема 2. Специфика рекламы и медиапланирования в сфере публичного управления

Рекламные коммуникации в сфере публичного управления, их цели и основные составляющие. PR менеджмент с использованием информационных и коммуникационных технологий. Практическая деятельность в сфере PR менеджмента. Эффективность рекламной коммуникации в сфере публичного управления. Понятие медиапланирования, медиаканал и медианоситель. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании. PR приемы и методы сбора, хранения и обработки информации. Цели и задачи медиапланирования. Этапы медиапланирования, охват аудитории и количество рекламных контактов

Тема 3. Особенности функционирования PR технологии в привлечении инвестиций

Этапы Фандрайзинга. Особенности ведения переговоров при привлечении инвестиций. Понятие спонсоринга, фандрайзинга. Благотворительность – как возможный вид PR-деятельности. Особенности благотворительности в Государственных и негосударственных учреждениях. Актуальность привлечения инвестиций. Попечительство. Источники финансирования в фандрайзинге. Целевые мероприятия по привлечению средств. Гранты. Организации выдающие гранты.

Тема 4. Типология PR коммуникативных процессов в политике. Уровни и сферы политического консультирования.

Предмет политической коммуникации. Основные понятия политической коммуникации: коммуникация, политика, публичное управление, власть, политическая коммуникация, социально-политические технологии, субъекты и формы политической коммуникации. PR менеджмент с использованием информационных и коммуникационных технологий практической деятельности в сфере PR менеджмента; – методы исследований. PR управление коммуникационной политикой, разработкой программы проведения мероприятий по связям с общественностью. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.

Тема 5. Политический PR, политическая агитация и пропаганда

Политический PR как важный фактор политического консультирования. Принципы медиаизмерений и оценки политического PR. Виды политического PR: «белый», «серый», «черный», «желтый», «розовый», «коричневый», «зеленый», «красный» PR. Основные модели построения PR: метод пресс-агента, метод общественной информации, двусторонняя асимметричная модель, двусторонняя симметричная модель.. Использование методов политической пропаганды в современной России.

Тема 6. Менеджмент избирательной кампании

Особенности менеджмента в политической кампании. Основные подходы к планированию и организации политических кампаний. Классификация избирательных кампаний: по уровню; по масштабу; по типу. Антропологические основы и особенности электорального поведения использование PR технологий.. Особенности электорального поведения в современной России. Менеджмент в избирательных кампаниях. Понятие и типы избирательных кампаний. Функции менеджмента в избирательной кампании.

Тема 7. Политический лоббизм и GR

Понятие лоббизма как важного современного политического явления. Основные подходы к определению лоббизма. Технологии лоббизма. Факторы, влияющие на результативность лоббистских технологий. Эффективные технологии лоббизма. Специфика лоббизма в федеральных органах современной России: Администрация Президента, Правительство, Парламент, Полпреды. Отличия лоббистских технологий в России и зарубежных странах. Риски применения лоббистских технологий в России. Примеры удачных лоббистских кампаний. GR как институт социально-политического взаимодействия. Социальное и партикулярное значение института связей с Правительством. Компоненты эффективности GR. Факторы, влияющие на процесс выработки государственной политики. Правила включения групп интересов в процессы выработки государственной политики: плюралистическая и компаративистская модели.

Тема 8. Интернет-технологии в политическом менеджменте

Интернет-технологии как часть политической системы. Особенности Интернет-технологий, в отличие от традиционных СМИ. Роль ресурсов Интернета в организации PR кампаний в политическом процессе. Опыт электронного правительства. Использование сети Интернет в политической коммуникации. Современные общественно-политические объединения в Интернете. Применение компьютерной сети Интернет в предвыборных кампаниях. Средства массовой информации и коммуникации в компьютерной сети Интернет. Сетевые СМИ. Современные информационные войны. Российский Интернет как инструмент политических технологий, его использование в реализации предвыборной кампании.

6.3. Вопросы для самостоятельной работы:

1. Актуальное понятие PR, их место и функция в менеджменте.
2. PR как научная дисциплина.
3. PR как признанная государством профессия.
4. Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI в.
5. Специфика использования различных видов СО в ПР - поддержке деятельности публичных учреждений и организаций, коммерческих структур, общественно-политических организаций и объединений.
6. Принципы и последовательность планирования и реализации PR кампаний.
7. Определение целевой и ключевой аудиторий. Виды и категории целевых аудиторий.
8. Понятия: аудитория внутренняя и аудитория внешняя.
9. Характеристика и специфика журналистов как ключевой аудитории. 1
0. Определение понятий: экономическое (бизнес) сообщество, финансовое сообщество, политическая среда, социально-культурная среда, клерикальная среда, профессиональная среда, экологическая среда и их значение в PR.
11. RACE — глобальный подход к PR.
12. PR в универсальной коммуникационной системе.
13. Прикладной подход к организации проектной деятельности.
14. Исследования для проекта государственного PR.
15. Прикладные основы современной социологии.
16. Репрезентативное социологическое исследование.
17. Экспертные опросы в планировании и реализации проектов PR в СО.
18. Фокус-группы, глубинные интервью в планировании и реализации PR проектов в СО..
19. Разработка информационно-коммуникационной стратегии и рабочего плана PR в сфере публичного управления.
20. Принципы и структура стратегического планирования.
21. Подготовка проектной документации для государственного контракта.
22. Измерение эффективности PR-деятельности в сфере публичного управления.

23. Макропараметры, микропараметры, нормативные параметры в оценке эффективности PR-проекта.
24. Измерения PR-эффекта, связанные с производством и использованием информационных продуктов.
25. Имидж руководителя организации как результат PR-проекта.
26. Технологии управления общественным мнением.
27. PR-подразделения в органах власти и других государственных и муниципальных организациях.
28. Роль ресурсов Интернета в организации PR кампаний в политическом процессе.
29. Применение компьютерной сети Интернет в предвыборных кампаниях.
30. Российский Интернет как инструмент политических технологий, его использование в реализации предвыборной кампании.
31. Основные подходы к определению лоббизма. Технологии лоббизма.
32. . Риски применения PR технологий в лоббистской деятельности в России.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Типовые контрольные задания

А) Тематика рефератов, докладов, эссе, научных сообщений

1. Роль и место PR-технологий в деятельности торговой/промышленной организации.
2. История становления системы связей с общественностью в России.
3. Направления развития российского PR-сообщества.
4. Взаимосвязь паблисити, имиджа, репутации в коммуникационной политике организации.
5. Использование средств PR при продвижении товаров/услуг.
6. Соотношение между PR и пропагандой. Черный PR.
7. Создание и поддержание корпоративных мифов в коммуникациях предприятия средствами PR.
8. Роль стереотипов в поддержке и продвижении бренда.
9. Специфика PR- деятельности предприятия в Интернете.
10. Критерии оценки материалов для СМИ с точки зрения PR-специалистов.
11. СМИ как основной канал применения PR-технологий. Оценка СМИ как каналов коммуникации.
12. Критерии оценки и отбора СМИ для использования в различных PR-программах.
13. Принципы взаимоотношений PR-специалистов с журналистами при проведении PR-мероприятий.
14. Текстовый инструментарий PR-коммуникаций.
15. Качественный анализ действительности в журналистских произведениях различных жанров.
16. Информационная и познавательная функции PR-текстов.
17. Язык и стиль публичного выступления топ-менеджера.
18. Публичные выступления. Этикетные речи.
19. Организация работы PR-агентства.
20. Программирование и планирование работы по связям с общественностью.
21. Особенности развития российского рынка PR-услуг.
22. Применение креативных технологий в PR.
23. Общественное мнение как главный объект PR-деятельности.
24. Роль PR технологий в сфере публичного управления.

Б) Контрольные вопросы и задания для текущего контроля и Итогового экзамена.

1. Понятие и современные концепции менеджмента. Менеджмент: наука или искусство.
2. Профессиональный портрет современного менеджера.
3. Лидер управленческого типа: основные характеристики.
4. Возможности и ограничения в сфере публичного управления.
6. Культура как фактор современного менеджмента.
7. Специфика понятия «руководство» в концепции современного менеджмента.
8. Понятие и эволюция публичного управления.
9. Институты публичной власти и политики.

10. Государство в системе публичной политики.
11. Инновационное развитие и проблемы эффективности публичного управления.
12. Современные концепции публичного управления.
13. Проблема общественных благ и общественных интересов в публичной политике.
14. Роль политического лоббизма в системе публичного управления.
15. Свободные или проправительственные медиа: в сфере публичного управления.
16. Информация и коммуникация как ресурсы современного менеджмента.
17. Актуальное понятие PR, их место и функция в публичном управлении.
18. PR как научная дисциплина.
19. PR как признанная обществом профессия.
20. Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI в.
21. Специфика использования различных видов СО в PR- поддержке деятельности публичных учреждений и организаций, коммерческих структурах.
22. Характер использования различных видов СО в PR- поддержке общественно-политических организаций и объединений.
23. Принципы и последовательность планирования и реализации кампаний PR в менеджменте.
24. Определение целевой и ключевой аудиторий. Виды и категории целевых аудиторий управленческого PR.
25. Пропаганда, PR в сфере публичного управления.
26. Информация и коммуникация как ресурсы современного менеджмента.
27. Современный менеджмент и идеология.
28. Актуальные проблемы выработки, принятия, реализации решений в сфере публичного управления.
29. Информационные, PR технологии в сфере публичного управления.
30. Политические риски в сфере публичного управления.
31. Политический уровень принятия управленческих решений и роль политического лидера.
32. Российский и зарубежный опыт проведения избирательных компаний.
33. Проблемы повышения эффективности сферы публичного управления.
34. Проблемы управляемости в современных политико-административных системах.
35. Роль гражданского общества в выработке и реализации программ в сфере публичного управления.
36. Роль PR в повышении эффективности и легитимности в сфере публичного управления.
37. Сфера публичного управления, его структурные элементы и политика развития.
38. Система современного публичного управления: компоненты, основные функции и актуальные проблемы их реализации.
39. Современные концепции публичного управления: сравнительный анализ.
40. Характеристика и специфика журналистов как ключевой аудитории.
41. RACE — глобальный подход к PR.
42. Фокус-группы, глубинные интервью в планировании и реализации проектов в сфере публичного управления.
43. Информационный и коммуникационный аудит.
44. Разработка информационно-коммуникационной стратегии и рабочего плана PR в сфере публичного управления.
45. Подготовка проектной документации для государственного контракта.
46. Технологии управления общественным мнением.
47. Медиарилейшнз как Инструментарий управленческого PR.
48. Интернет-коммуникации управленческого PR.
49. Различия между брифингом и пресс-конференцией.
50. Особенности фотоподборок и фоторепортажей для публичности фирмы.
51. Основные требования к пресс-досье и медиа-досье.

52. Состав стандартного пресс-кита.
53. Управление слухами, вирусный маркетинг и их использование в реализации PR проектов.
54. Определение понятий лидеры общественного мнения и группы интересов.
55. Понятия о пресс-клиппинге, медиа – мониторинге.
56. Корпоративная социальная ответственность: суть подхода и его актуальность.
57. Кампании по персональному PR: контекст общественного статуса.
58. Коммуникативный подход к власти — основа ее легитимности.
59. Нормы политической коммуникации как глобальные ориентиры для формирования публичных PR-посланий.
60. Этика и профессиональные стандарты ПР, в сфере публичного управления во взаимоотношениях с СМИ.

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 70 % и промежуточного контроля – 30 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 10 баллов
- устный опрос – 40 баллов
- подготовка доклада, реферата – 50 баллов

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос – 20
- письменная контрольная работа – 50 баллов

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

А) Адрес сайта курса

1. Образовательная платформа ДГУ MOODL

Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. – Махачкала – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения: 22.03.2021).

2. Образовательный блог для изучения курса «Основы менеджмента и ПР в сфере публичного управления».

Режим доступа: <https://philosophyspsdgu.blogspot.com/>

3. Полезные ссылки журналов и сайтов по философии. Режим доступа:

<http://cathedra.icc.dgu.ru/Information.aspx?Value=8&id=1479>

4. Статьи из журналов перечня ВАК профессорско-преподавательского состава кафедры.

Режим доступа: <http://cathedra.icc.dgu.ru/AcademicLife.aspx?Value=15&id=1479>

Б) Основная литература:

1. Барнагян, В. С. Менеджмент : учебное пособие : [16+] / В. С. Барнагян, С. Н. Гончарова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 220 с. : табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567184> (дата обращения: 15.04.2021). – Библиогр.: с. 191. – ISBN 978-5-7972-2509-6. – Текст : электронный.
2. Рева, В. Е. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / В. Е. Рева. – Пенза : Пензенский государственный университет, 2003. – 161 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39409> (дата обращения: 15.04.2021). – Текст : электронный.
3. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR) : учебное пособие / А. Г. Милюкова ; Алтайский государственный университет. – Барнаул : Алтайский государственный университет, 2020. – 196 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610849> (дата обращения: 15.04.2021). – Текст : электронный.

В) Дополнительная литература

1. Солдатова, С. Э. Методы исследований в менеджменте : учебное пособие / С. Э. Солдатова, Н. Ю. Лукьянова, Л. М. Чеглакова. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 342 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235095> (дата обращения: 15.04.2021). – ISBN 978-5-4458-8106-3. – DOI 10.23681/235095. – Текст : электронный.
2. Поплавская, Т. В. Организационная коммуникация: учебное пособие для II ступени образования по специальности «Коммуникативный менеджмент» : [16+] / Т. В. Поплавская, Т. А. Сысоева. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 198 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=607440> (дата обращения: 22.03.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-4062-0. – Текст : электронный.
3. Марусева, И. В. Современный менеджмент (Классический и прикладной аспекты): учебное пособие для вузов / И. В. Марусева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 540 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494455> (дата обращения: 22.03.2021). – Библиогр.: с. 428-436. – ISBN 978-5-4475-9728-3. – DOI 10.23681/494455. – Текст : электронный.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 — . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 01.04.2021). — Яз. рус., англ.
2. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. — Махачкала, г. — Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. — URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения: 22.03.2021).
3. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. — Махачкала, 2010 — Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный (дата обращения: 21.03.2021).
4. Образовательный блог для изучения курса «Политология». Режим доступа: <https://philosophyspsdgu.blogspot.com/>
5. Электронное издание рабочей программы дисциплины
Прямая ссылка кафедры <http://cathedra.icc.dgu.ru/AcademicLife.aspx?Value=15&id=118>
6. Российская ассоциация по связям с общественностью: <http://www.raso.ru/>
7. Профессиональный PR-портал: <http://www.sovetnik.ru>
8. Международный пресс-клуб: <http://pr-club.com>
9. База данных «Федеральные законы» <http://www.council.gov.ru>
10. Виртуальный ресурсный центр для НКО - www.trainet.org
11. Каталог общественных ресурсов в Интернет - www.ngo.ru
12. Независимый институт социальной политики - www.socpol.ru
13. РАСО <http://www.raso.ru/>
14. Международный пресс-клуб <http://www.pr-club.com>
15. Газета «PR-news» <http://pr-news.spb.ru/>
16. Библиотека Екатерины Алеевой: журналистика, реклама, PR <http://www.evartist.narod.ru/journ.htm>
17. Энциклопедия маркетинга <http://marketing.spb.ru>
18. Менеджмент, маркетинг, креатив, реклама, промо, PR <http://advertme.ru>
19. Нормативно-правовые базы: <http://www.garant.ru/> <http://www.kodeks.ru/> <http://www.consultant.ru/>

10. Методические указания по освоению дисциплины

Основная учебная литература и методические пособия имеются в читальном зале Научной библиотеки ДГУ и в методическом кабинете кафедры философии и социально-политических наук.

Учебная работа студента предполагает регулярное ведение рабочих тетрадей: конспект лекций; конспект самостоятельной работы с учебной литературой; тетрадь философских терминов (глоссарий).

Задания по самостоятельной работе оформлены в виде вопросов с указанием конкретного вида самостоятельной работы:

- конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
- проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе);
- подготовка докладов к участию в тематических дискуссиях;
- поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации;
- подготовка заключения по обзору научных публикаций;
- выполнение контрольных работ, написание творческих рефератов, философских эссе;
- работа с тестами, моделирование и анализ конкретных проблемных ситуаций

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации студента (экзамен)

11.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

ВЦИОМ – <http://www.wciom.ru/>

Гуманитарные науки – <http://www.humanus.site3k.net>

Портал «Гуманитарное образование» - www.humanities.edu.ru

Портал словарей – www.slovari.yandex.ru

Российский независимый институт социальных и национальных проблем - <http://www.riisnp.ru/>

Политические исследования – https://www.politstudies.ru/index.php?page_id=473

Учебный портал – www.academic.ru

Федеральный портал «Российское образование» – www.edu.ru

Электронная библиотека – www.gumer.info

Сайты Научной библиотеки ДГУ

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>

ЭБС «Айбукс» <http://ibooks.ru/>

ЭБС «Лань» <http://bankbook.ru/>

Springer <http://rd.springer.com/>

American Physical Society <http://publish.aps.org/>

Royal Society of Chemistry <http://pubs.rsc.org/>

IOP Publishing Limited <http://www.iop.org>

JSTOR <http://plants.jstor.org/>

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- компьютерный класс факультета
- Интернет-центр ДГУ
- учебно-методический кабинет кафедры, оснащенный мультимедийным оборудованием

