

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 15.06.2026 07:22:41
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 публичной политике рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Политологии и философии	
Учебный план	b410304-Полит-25-4.plx 41.03.04 ПОЛИТОЛОГИЯ Направленность (профиль): Государственная политика и управление	
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	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	17	2/6		
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):

к. филос.н., ст. преподаватель, Товмасын Н.Т.

Рабочая программа дисциплины

Связи с общественностью в публичной политике

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 41.03.04 Политология (приказ Минобрнауки России от 23.08.2017 г. № 814)

составлена на основании учебного плана:

41.03.04 ПОЛИТОЛОГИЯ

Направленность (профиль): Государственная политика и управление

утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11.06.2025 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Политологии и философии

Зав. кафедрой к.полит.н., Ушакова Н.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование базовых представлений о специфике рекламы и связей с общественностью в публичной политике; создание общих представлений о методах работы с общественностью в рекламе, политике и управлении общественным мнением в публичной политике; выработка умения подготавливать необходимый аналитические материалы, рефераты, научные статьи; подготовка студентов высшей школы в области политического паблик-рилейшнз и выработка практических навыков PR-деятельности применительно к современному обществу и с использованием технологических и практических наработок в сфере управления для реализации и оценки административных решений, а также в области партийного строительства и создания общественных организаций.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	ФТД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Мировая политика и международные отношения
2.1.2	Современная российская политика
2.1.3	Русский язык и культура речи
2.1.4	Введение в профессиональную деятельность
2.1.5	Политическая этика
2.1.6	Основы исследовательской деятельности
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Политический анализ и прогнозирование
2.2.2	Политический консалтинг
2.2.3	Политическая социология
2.2.4	Муниципальная политика и управление

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-5.2: Подготавливает аналитические материалы, рефераты, научные статьи, используя адекватный задачам литературный стиль в соответствии с нормами русского языка и требованиями, предъявляемыми к содержанию и оформлению каждого из видов документов.

ПК-1.1: Применяет современные теоретические и практические наработки в сфере управления для реализации и оценки административных решений, а также в области партийного строительства и создания общественных организаций;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	особенности коммуникативных процессов в современном мире; легко и уверенно владеет теоретической базой и терминами курса; легко называет особенности проведения информационных кампаний, планирования эффекта и измерения эффективности проведенных мероприятий.
3.2	Уметь:
3.2.1	использовать в политической практике знания о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации. Легко подбирает основные методы исследования эффективности каналов коммуникации; умеет организовывать участие в информационно-коммуникационных процессах разного уровня; знает навыки планирования, реализации и измерения эффекта коммуникации; умеет подбирать основные методики коммуникации; умеет готовить аналитические материалы, рефераты, научные статьи, используя адекватный задачам литературный стиль в соответствии с нормами русского языка и требованиями, предъявляемыми к содержанию и оформлению каждого из видов документов.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
-------------	---	----------------	-------	-------------	------------	------------

	Раздел 1. Связи с общественностью (PR) в системе коммуникации: цели, функции, содержание					
1.1	Связи с общественностью (PR) в системе коммуникации: цели, функции, содержание /Лек/	7	2	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.2	Связи с общественностью (PR) в системе коммуникации: цели, функции, содержание /Пр/	7	2	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1	
1.3	Связи с общественностью (PR) в системе коммуникации: цели, функции, содержание /Ср/	7	4	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1	
	Раздел 2. Задачи и функции PR в современном обществе					
2.1	Задачи и функции PR в современном обществе /Лек/	7	2	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1	
2.2	Задачи и функции PR в современном обществе /Пр/	7	2	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	
2.3	Задачи и функции PR в современном обществе /Ср/	7	6	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1	
	Раздел 3. PR-деятельность, реклама и журналистика: взаимосвязи и различия в публичной политике					
3.1	PR-деятельность, реклама и журналистика: взаимосвязи и различия в публичной политике /Лек/	7	2	ПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1	
3.2	PR-деятельность, реклама и журналистика: взаимосвязи и различия в публичной политике /Пр/	7	2	ПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1	

3.3	PR-деятельность, реклама и журналистика: взаимосвязи и различия в публичной политике /Ср/	7	6	ПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 4. Функции службы по связям с общественностью в государственном и коммерческом секторе					
4.1	Функции службы по связям с общественностью в государственном и коммерческом секторе /Лек/	7	2	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
4.2	Функции службы по связям с общественностью в государственном и коммерческом секторе /Пр/	7	2	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
4.3	Функции службы по связям с общественностью в государственном и коммерческом секторе /Ср/	7	6	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3
Раздел 5. Функции службы по связям с общественностью в политическом секторе					
5.1	Функции службы по связям с общественностью в политическом секторе /Лек/	7	2	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
5.2	Функции службы по связям с общественностью в политическом секторе /Пр/	7	2	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
5.3	Функции службы по связям с общественностью в политическом секторе /Ср/	7	6	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 6. Основные технологии построения имиджа в публичной политике					
6.1	Основные технологии построения имиджа в публичной политике /Лек/	7	4	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1

6.2	Основные технологии построения имиджа в публичной политике /Пр/	7	4	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
6.3	Основные технологии построения имиджа в публичной политике /Ср/	7	6	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 7. Модели политического консалтинга в публичной политике					
7.1	Модели политического консалтинга в публичной политике /Лек/	7	2	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
7.2	Модели политического консалтинга в публичной политике /Пр/	7	2	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
7.3	Модели политического консалтинга в публичной политике /Ср/	7	6	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
7.4	/Контр.раб./	7	0	ПК-1.1 ОПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3
7.5	/Зачёт/	7	0		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2

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	Шарков Ф.	нтегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие	Москва: ? издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018, электронный ресурс	1
Л1.2	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр НФРА- М", 2020, электронный ресурс	1
Л1.3	Плеханова Н. П.	Реклама и связи с общественностью в политике, государственных структурах и бизнесе: методические рекомендации и задания для практических занятий и контрольных работ	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2020, электронный ресурс	1
Л1.4	Васильева М. М., Елина С. Б., Жеглова Ю. Г., Мехонцев В. В., Монахов В. Н., Погребенков В. И., Репко С. И., Чашихин Б. Д.	Связи с общественностью в органах власти: Учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2020, электронный ресурс	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Федорченко Л.В., Федорченко С.Н.	Российский политический консалтинг: консьюмеризация и технологии: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр НФРА- М", 2019, электронный ресурс	1
Л2.2	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров	Москва: Юрайт, 2020, электронный ресурс	1
Л2.3	Фадеева Е. Н., Сафронов А. В., Красильникова М. А.	Связи с общественностью: Учебник и практикум Для СПО	Москва: Юрайт, 2020, электронный ресурс	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Бердышев С.Н.	Секреты эффективной интернет-рекламы: практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016, электронный ресурс	1
Л3.2	Мартынов М. Ю.	Классическая и современная политическая наука: методические рекомендации и задания для семинарских занятий	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2019, электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Полилог https://polylog.ru/pr-blog/pr-public-relations
Э2	Электронный научный журнал «Медиаскоп» http://www.mediascope.ru/2507
Э3	Энциклопедия маркетинга https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/pr/
6.3.1 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1	Операционные системы Microsoft Windows, пакет прикладных программ Microsoft Office
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	Справочные информационные базы: Информационно-правовой портал Гарант.ру, http://www.garant.ru/
6.3.2.2	Справочно-правовая система "Консультант плюс", http://www.consultant.ru/
6.3.2.3	«Консультант-регион»

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 оснащены: типовой учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.
-----	---