

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки: 37.03.01 Психология (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Психология управления в государственной и муниципальной службе

Форма обучения: Очно-заочная

1. Наименование дисциплины

Б1.В.ДВ.05.01_Психология управления общественными отношениями

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Цель и задачи дисциплины.

Цель курса «Психология управления общественными отношениями» – ознакомление студентов с основами связей с общественностью, обучение их основным навыкам создания новостных событий, приобщение к ведущим формам и методам взаимодействия со средствами массовой информации.

Дисциплина «Психология управления общественными отношениями» дополняет, развивает и конкретизирует в теоретико-практическом ключе знания, полученные при изучении политологии, социологии и других гуманитарных дисциплин.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- структуру и закономерности функционирования общественных отношений;
- историю, правовые и этические аспекты общественных отношений;
- основные организационные формы в сфере общественных отношений;
- этапы процесса по управлению общественными отношениями;
- средства, методы и технологии общественных отношений;

уметь:

- проводить сегментацию групп общественности и определять целевые группы;
- применять приемы формирования общественного мнения;
- планировать рабочие мероприятия в сфере общественных отношений;
- проводить исследования в сфере общественных отношений;
- разрабатывать кампании в сфере общественных отношений и оценивать их

эффективность;

владеть:

- навыками определения и управления общественностью и общественным мнением;
- средствами, методами и технологиями формирования общественного мнения, имиджа и репутации
- организации в системе управления общественными отношениями.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-2).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Наименование компетенции	Планируемые результаты обучения
--------------------------	---------------------------------

способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4)	Знать: основы делового этикета, основы делового общения и публичных выступлений, особенности эффективного ведения переговоров, основные правила деловой переписки и использования электронных коммуникаций. Уметь: осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации. Владеть: навыками делового общения и публичных выступлений, эффективного ведения переговоров, совещаний, осуществления деловой переписки и поддержки электронных коммуникаций.
владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-2)	Знать: способы предоставления интересов и официальной информации органов государственной власти и муниципальной службы, способами применения базовых технологий для формирования общественного мнения, основные приемы организации связей с общественностью, приемы формирования и продвижения имиджа органов государственной власти и муниципальной службы Уметь: объяснять сущность и основные направления деятельности органов государственной и муниципальной службы, выбирать оптимальные способы влияния на общественное мнение, учитывать современные проекты и программы при принятии управленческих решений, формировать и продвигать имидж государственной и муниципальной службы, применять технологию маркетинга в области формирования и продвижения имиджа и профессиональной деятельности Владеть: приемами предоставления интересов и официальной информации органов государственной власти и муниципальной службы, навыками применения базовых технологий для формирования общественного мнения, основными приемами организации связей с общественностью, приемами формирования и продвижения имиджа органов государственной власти и муниципальной службы

3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина входит в базовую часть учебного плана.

Учебная дисциплина «Психология управления общественными отношениями» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами. Освоение дисциплины базируется на знаниях, сформированных у обучающихся при изучении дисциплин «Политология», «Социология», «Теория управления», «Основы государственного и муниципального управления», «История государственного управления».

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре и завершается экзаменом.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономически часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет - 3 з.е.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 32,

в том числе на:

лекции – 16,

лабораторные занятия – 0,

практические занятия (семинары) – 26,

количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 30,

количество академических часов, выделенных на контроль – 36.

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины
1.	Общественные отношения: определение и история развития
2.	Правовые и этические основы общественных отношений
3.	Коммуникации как основа общественных отношений
4.	Общественность и общественное мнение как объект управления в сфере общественных отношений
5.	Основные организационные формы деятельности в сфере общественных отношений
6.	Организация и проведение кампаний в сфере общественных отношений
7.	Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ)
8.	Управление новостями и конструирование новостной информации
9.	Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью
10.	Имидж как средство общественных отношений
11.	Антикризисные общественные отношения
12.	Общественные отношения в государственном секторе
	Форма промежуточной аттестации: экзамен