

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Российский университет дружбы народов»
Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета**

Рекомендовано МССН/МО

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Наименование дисциплины
PR в государственных структурах**

**Рекомендуется для направления подготовки
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Специализации «Управление связями с общественностью»**

Квалификация (степень) выпускника **магистр**

Раздел I. Основная часть

Программа курса

1. **Цели преподавания дисциплины:** изучить особенности коммуникаций государственных органов с целевыми аудиториями.

2. **Задачи:**

Познакомить студентов с PR как информационно-коммуникационная деятельность по обеспечению государственных интересов;

Рассмотреть государственный PR как проектная деятельность;

Сформировать представление об организационных структурах государственного PR;

Изучить инструментарий государственного PR.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО: «PR в государственных структурах» для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» входит в вариативную часть Блока 1 учебного плана, Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.03.01

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
Общепрофессиональные компетенции			
	УК-2-Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций Технологии IR Управление коммуникационным и проектами Оценка эффективности PR-коммуникаций Корпоративные коммуникации Учебная (проектная) практика Научно-исследовательская работа (НИР)	Преддипломная практика Научно-исследовательская работа (НИР) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
Профессиональные компетенции			
	ПКО-2-Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций Digital-маркетинг	Производственная (аналитическая) практика Преддипломная практика Научно-исследовательская работа (НИР) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

	<p>Технологии</p> <p>IR</p> <p>Управление коммуникационным и проектами</p> <p>Оценка эффективности PR-коммуникаций</p> <p>Корпоративные коммуникации</p> <p>Учебная (научно-исследовательская) практика</p>	<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>
--	---	---

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций.

Выпускник программы магистратуры должен обладать следующими **компетенциями**:

УК-2-Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПКО-2-Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

PR как информационно-коммуникационную деятельность по обеспечению государственных интересов;

государственный PR как проектную деятельность;

об организационных структурах государственного PR;

инструментарий государственного PR.

В результате изучения дисциплины студент должен уметь:

управлять процессами стратегического планирования в сфере государственного PR, подготовки и реализации коммуникационных госпрограмм и мероприятий, обеспечивать их качество и оценивать эффективность;

планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия в государственной сфере;

использовать инструментарий PR на практике.

В результате изучения дисциплины студент должен владеть:

Навыками управления процессами стратегического планирования в сфере государственного PR, подготовки и реализации коммуникационных госпрограмм и мероприятий;

навыками оценки эффективности коммуникационных госпрограмм и мероприятий;

навыками планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий в государственной сфере;

навыками использования инструментария PR.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			

Аудиторные занятия (всего)	18	18			
В том числе:					
Лекции					
Практические занятия (ПЗ)	18	18			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	54	54			
В том числе на контроль	9	9			
Общая трудоемкость	час	72	72		
	зач. ед.	2	2		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Раздел I. PR как информационно-коммуникационная деятельность по обеспечению государственных интересов	Актуальное понятие PR, их место и функция в государственной и рыночной деятельности PR- научная, учебная дисциплина и признанная государством профессия Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI века
2.	Раздел II. Государственный PR как проектная деятельность	Принципы и последовательность планирования и реализации PR-кампаний Исследования для PR-проекта: информационный и коммуникационный аудиты Разработка информационно-коммуникативной стратегии и рабочего плана Подготовка проектной документации для государственного контракта Измерение эффективности PR-деятельности
	Раздел III. Организационные структуры государственного PR	PR-подразделения в органах власти и других государственных и муниципальных организациях Специализированная PR-фирма – исполнитель государственных проектов Собственная служба по связям с общественностью и привлеченное PR-агентство: баланс функций
	Раздел IV. Инструментарий государственного PR	Медиа-релейшнз Информационный эталон Взаимовлияние традиционных СМИ и Интернет: новые медиа релейшнз Интернет-коммуникации Организация специальных мероприятий

5.2 . Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Прак т.; Зан.	Лаб. ; Зан.	Семина	СРС	Все- го; час.
1.	Раздел I. PR как информационно-коммуникационная деятельность по обеспечению государственных интересов				2	13	15
2.	Раздел II. Государственный PR как проектная деятельность				4	13	17
	Раздел III. Организационные структуры государственного PR				2	14	16
	Раздел IV. Инструментарий государственного PR				10	14	24
					18	54	72

6. Лабораторный практикум

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудо- емкость; (час.)
1.			
2.			
...			

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость; (час.)
1.	1	PR как информационно-коммуникационная деятельность по обеспечению государственных интересов	2
2.	2	Исследования для PR-проекта: информационный и коммуникационный аудиты Разработка информационно-коммуникативной стратегии и рабочего плана	2
3.	2	Подготовка проектной документации для государственного контракта Измерение эффективности PR-деятельности	2
4.	3	Организационные структуры государственного PR	2
5.	4	Инструментарий государственного PR. Медиа-релейшнз	2
6.	4	Инструментарий государственного PR. Интернет-коммуникации	2
7.	4	Инструментарий государственного PR. Взаимовлияние традиционных СМИ и Интернет: новые медиа релейшнз	2
8.	4	Инструментарий государственного PR. Организация специальных мероприятий	4

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

учебные аудитории с рабочими местами для проведения лекций и семинарских занятий; доска; стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

9. Информационное обеспечение дисциплины:

а) Windows, MicrosoftOffice, Интернет

б) Базы данных УНИБЦР РУДН:

Электронный каталог – база книг и периодики в фонде библиотеки РУДН. Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

Электронные ресурсы – в том числе раздел: Лицензированные ресурсы УНИБЦ (НБ):

Университетская библиотека онлайн <http://www.biblioclub.ru>

ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

НЭБ Elibrary <http://elibrary.ru>

Консультант студента www.studentlibrary.ru

ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

SPRINGER. Книжные коллекции издательства

Вестник РУДН

Универсальные базы данных

eLibrary.ru

Grebennikon

Электронная библиотека диссертаций РГБ

в) Информационно-справочные и поисковые системы:

Rambler.ru, Yandex.ru, Google.ru

г) информационные источники по курсу

Российский PR-портал: <http://www.raso.ru/>

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью:
<http://www.akospr.ru/>

Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>

Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России:
<http://corpmedia.ru/>

Международная ассоциация бизнес-коммуникаторов: <http://www.communicators.ru/>

Сообщество внутренних коммуникаторов: <http://www.inside-pr.ru>

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 163 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/90C71C5C-3DD6-4F47-AEBC-2992A32EB341

Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 267 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04736-3. Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1

б) дополнительная литература

Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

Gr. Взаимодействие бизнеса и органов власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. И. Марковская [и др.] ; под ред. Е. И. Марковской. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 304 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8762-1. www.biblio-online.ru/book/5A7215E0-B75F-4C8A-9078-0632F65F35C2

Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 305 с. <https://biblio-online.ru/bcode/432025>

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Данная дисциплина является дисциплиной по выбору студента.

Поскольку аудиторная часть этой дисциплины – 18 часов практических занятий, большая часть работы по освоению теоретического материала переносится на самостоятельную работу студентов.

Итоговая аттестация представляет собой написание творческой работы по теме, согласованной с преподавателем.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «PR в государственных структурах» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН: <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=8420>.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

Д.с.н., профессор кафедры

Рекламы и бизнес-коммуникаций

А.Н. Чумиков

Руководитель программы

Канд. фил. наук, доцент, зав. кафедрой

Рекламы и бизнес-коммуникаций

Н.В. Трубникова

Заведующий кафедрой

Рекламы и бизнес-коммуникаций

Н.В. Трубникова