

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»

Кафедра «Государственного, муниципального и корпоративного
управления»


«СОГЛАСОВАНО»

Декан факультета ИЭ

 Горбова О.Ю.

« 26 » 06 2020 г.

Заведующий кафедрой ГМКУ

 Перфильев С.В.

« 26 » 06 2020 г.



ТВЕРЖДАЮ»

Проректор по РОПиМД

 Корячко А.В.

2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.11.02 «PR-менеджмент»

Направление подготовки – 38.03.04 Государственное и муниципальное
управление

Профиль – Информационные технологии в государственном и
муниципальном управлении

ОПОП академического бакалавриата
«Государственное и муниципальное управление»

Квалификация выпускника – бакалавр
Формы обучения – заочная

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление», утвержденным приказом Минобрнауки России № 1567 от 10.12.2014 г.

Разработчик

доцент кафедры
ГМУ
(должность, кафедра)

И.И.И.
(подпись)

И.О.И. Сердобова
(Расшифровка)

Заведующий кафедрой

ГМУ
(кафедра)

И.И.И.
(подпись)

И.О.И. Сердобова
(Расшифровка)

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «13» 05 2020г., протокол № 9

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Программа по дисциплине «PR-менеджмент» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата) (утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 10.12.2014 г. № 1567).

Программа предназначена для студентов, обучающихся по основной профессиональной образовательной программе (далее – ОПОП) «Государственное и муниципальное управление» реализуемой по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (уровень подготовки - бакалавриата).

Целью освоения дисциплины «PR-менеджмент» является формирование у студентов знаний в области организации служб по работе с обществом и СМИ, системное изложение основ организации и функционирования отделов по рекламе и связей с общественностью, изучить технологии и инструментарий создания и реализации PR проектов в различных организациях, раскрыть место и роль служб в различных учреждениях и организациях.

Для решения поставленных целей определены следующие задачи:

1. дать представление теоретической и нормативной основ PR-менеджмента;
2. дать представление об организации и функционировании отделов по рекламе и связей с общественностью;
3. развить глубокое понимание особенностей работы информационных каналов средств массовой информации, общественных организаций, политических партий и государственных структур.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

<i>Коды компетенции</i>	<i>Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций</i>	<i>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине</i>
ПК-11	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	<u>знать:</u> базовые технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы; теоретические концепции PR-менеджмента. <u>уметь:</u> применять базовые технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы. <u>владеть:</u> основными технологиями PR-менеджмента

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «PR-менеджмент» реализуется в рамках вариативной части ОПОП. Дисциплина изучается по очной форме обучения на 4 курсе в 8 семестре.

Для освоения дисциплины применяются компетенции, сформированные при изучении такой дисциплины как «Деловые коммуникации».

Материал дисциплины используется для выполнения бакалаврами научно-исследовательской работы в рамках выбранной научной тематики, при прохождении преддипломной практики и подготовке выпускной квалификационной работы.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетные единицы (з.е.), 108 часов.

Вид учебной работы	Всего часов
	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины, в том числе:	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе:	14,35
Лекции	6
Практические занятия	6
Лабораторные работы	-
Консультации	2
ИКР	0,35
Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том числе:	93,65
Самостоятельные занятия	75
КoP	10
Контроль	8,65
Вид промежуточной аттестации обучающихся–Экзамен	-

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Тема 1. История развития PR-менеджмента. PR-менеджмент в России.

История создания PR-подразделений. Зарубежный опыт. Эпоха Франклина Рузвельта: паблик рилейшнз в действии. PR-организации в России. Российский опыт. Недостатки в становлении PR в России. Причины отказа от создания PR-подразделений в России.

Тема 2. Система PR-менеджмента.

Организационная структура PR-службы. Пример организации работы отдела по связям с общественностью. Квалификационная характеристика директора по связям с общественностью. Универсальный критерий оценки работы PR-отдела. Требования к штатным PR-специалистам. Роль PR-персонала в принятии стратегических решений. Личностные и деловые качества PR-менеджера. Нормы деловой этики. Специфические качества PR-менеджера. Институт независимых PR-консультантов: преимущества PR-консультанта. виды агентств и примеры. Отношения между PR-департаментами и агентствами. Причины противоречий. Консалтинговые PR-фирмы и их виды. Национальная система рейтингов в России. Критерии оценки PR-структур. Зарубежный проверочный рейтинг PR-агентства. Лидеры российского рынка PR-услуг. Крупнейшие

международные ассоциации, объединяющих PR-профессионалов-практиков. Конфликты и кризисы, их способы разрешения PR-службами. Роль PR-службы в создании фирменного стиля и норм корпоративной культуры

Тема 3. Организационная структура и обязанности подразделения публичных отношений.

Направления работы деятельности PR-службы. Стратегические цели и задачи PR-службы. Кадровое и бюджетное обеспечение деятельности PR-службы. Лоббирующая деятельность отделов по связям с общественностью. Этапы лоббистского процесса.

Тема 4. Публичные отношения в государственном управлении

Цели PR-подразделения в органах государственного управления. Функциональные задачи PR в системе госуправления. Направления деятельности PR в органах государственной власти. Методологические принципы для достижения эффективного функционирования организации. Особенности связей с общественностью в государственном управлении. Сравнение PR-структур в государственном управлении и в бизнесе: различия в целях, ресурсах, ответственности, мотивах, окружениях, Взаимодействие PR-служб в органах государственного управления с целевыми аудиториями

4.2. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Тема	Общая трудоемкость, всего часов	Контактная работа обучающихся с преподавателем				Самостоятельная работа обучающихся
		всего	лекции	практические занятия	лабораторные работы	
Тема 1. Реклама: понятие, сущность, классификация	11	1	0,5	0,5		10
Тема 2. История рекламного дела	11	1	0,5	0,5		10
Тема 3. Социально-правовое регулирование рекламной деятельности	12	2	1	1		10
Тема 4. Реклама в системе маркетинга	11	1	0,5	0,5		10
Тема 5. Маркетинговые исследования рекламы	11	1	0,5	0,5		10
Тема 6. Товарный знак – центральный элемент фирменного стиля. Фирменный стиль	11	1	0,5	0,5		10
Тема 7. Реклама в формировании имиджевых стратегий	12	2	1	1		10
Тема 8. Реклама в прессе, в средствах массовой информации	12	2	1	1		10
Тема 9. Реклама в электронных средствах массовой информации	17	1	0,5	0,5		16
Всего:	108	12	6	6	0	96

Виды практических и самостоятельных работ

Тема	Вид занятий*	Содержания	Часы
Тема 1. Реклама: понятие, сущность, классификация	СР	Изучение конспекта лекций	4
		Подготовка к практическим занятиям	3
		Изучение основной и дополнительной литературы	3

Тема	Вид занятий*	Содержания	Часы
	ПР	Ответы на вопросы для обсуждения Выполнение тестовых заданий	0,5
Тема 2. История рекламного дела	СР	Изучение конспекта лекций Подготовка к практическим занятиям Изучение основной и дополнительной литературы	4 3 3
	ПР	Ответы на вопросы для обсуждения Выполнение тестовых заданий	0,5
Тема 3. Социально-правовое регулирование рекламной деятельности	СР	Изучение конспекта лекций Подготовка к практическим занятиям Изучение основной и дополнительной литературы	4 3 3
	ПР	Ответы на вопросы для обсуждения Выполнение тестовых заданий	1
Тема 4. Реклама в системе маркетинга	СР	Изучение конспекта лекций Подготовка к практическим занятиям Изучение основной и дополнительной литературы	4 3 3
	ПР	Ответы на вопросы для обсуждения Выполнение тестовых заданий	0,5
Тема 5. Маркетинговые исследования рекламы	СР	Изучение конспекта лекций Подготовка к практическим занятиям Изучение основной и дополнительной литературы	4 3 3
	ПР	Ответы на вопросы для обсуждения Выполнение тестовых заданий	0,5
Тема 6. Товарный знак – центральный элемент фирменного стиля. Фирменный стиль	СР	Изучение конспекта лекций Подготовка к практическим занятиям Изучение основной и дополнительной литературы	4 3 3
	ПР	Ответы на вопросы для обсуждения Выполнение тестовых заданий	0,5
Тема 7. Реклама в формировании имиджевых стратегий	СР	Изучение конспекта лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к экзамену	5 2 3
	ПР	Ответы на вопросы для обсуждения Выполнение тестовых заданий	1
Тема 8. Реклама в прессе, в средствах массовой информации	СР	Изучение конспекта лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к экзамену	5 2 3
	ПР	Ответы на вопросы для обсуждения Выполнение тестовых заданий	1
Тема 9. Реклама в электронных средствах массовой информации	СР	Изучение конспекта лекций Подготовка к практическим занятиям Подготовка к экзамену	8 5 3
	ПР	Ответы на вопросы для обсуждения Выполнение тестовых заданий	0,5

* СР – самостоятельная работа, ПР – практические занятия

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Политический PR: теория и практика манипулирования в ходе избирательной кампании: учеб. пособие/Ю.Н.Мостяев; РГРТУ.-Рязань,2013.-102с.-Библиограф.:с.88-91 (58 назв.).
2. Разу Б.М. Проектно-ориентированное управление рекламной деятельностью [Электронный ресурс] / Б.М. Разу. — Электрон. текстовые данные. — Челябинск: Социум, 2005. — 178 с. — 5-901901-33-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30792.html>
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 159 с. — 978-5-7567-0656-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976.html>

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств приведен в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ «Оценочные материалы по дисциплине «Основы рекламной деятельности в управлении»).

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная учебная литература:

1. Политический PR: теория и практика манипулирования в ходе избирательной кампании: учеб. пособие/Ю.Н.Мостяев; РГРТУ.-Рязань,2013.-102с.-Библиограф.:с.88-91 (58 назв.).
2. Разу Б.М. Проектно-ориентированное управление рекламной деятельностью [Электронный ресурс] / Б.М. Разу. — Электрон. текстовые данные. — Челябинск: Социум, 2005. — 178 с. — 5-901901-33-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30792.html>
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 159 с. — 978-5-7567-0656-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976.html>

б) дополнительная учебная литература:

4. Брайан Гарнер Эффективные письменные деловые коммуникации [Электронный ресурс]/ Брайан Гарнер— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.— 195 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39478>.
5. Сабетова Т.В. Реклама и рекламная деятельность [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.В. Сабетова. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. — 165 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72744.html>

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://минобрнауки.рф>
2. Российский научный фонд: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <http://рнф.рф>
3. Министерство экономического развития Российской Федерации: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections>
4. Центр информационных технологий и систем органов исполнительной власти (ЦИТиС): официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.citis.ru>

Обучающимся предоставлена возможность индивидуального доступа к следующим электронно-библиотечным системам:

– Электронно-библиотечная система «Лань», режим доступа – с любого компьютера РГРТУ без пароля. – URL: <https://e.lanbook.com/>

– Электронно-библиотечная система «IPRbooks», режим доступа – с любого компьютера РГРТУ без пароля, из сети интернет по паролю. – URL: <https://iprbookshop.ru/>.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Описание последовательности действий студента («сценарий изучения дисциплины»)

1) написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины;

2) подготовка к практическим занятиям: необходимо изучить рекомендованные преподавателем источники (основную и дополнительную литературу, интернет-ресурсы) и выполнить подготовительные задания;

3) при изучении дисциплины очень полезно самостоятельно изучать материал, который еще не прочитан на лекции, не применялся на практическом занятии. Тогда лекция будет гораздо понятнее. Однако легче при изучении курса следовать изложению материала на лекции. Для понимания материала и качественного его усвоения рекомендуется такая последовательность действий:

- после прослушивания лекции и окончания учебных занятий, при подготовке к занятиям следующего дня, нужно сначала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня (10-15 минут).
- при подготовке к следующей лекции, нужно просмотреть текст предыдущей лекции (10-15 минут),
- в течение периода времени между занятиями выбрать время (минимум 1 час) для самостоятельной работы, проверить термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, которые вызывают трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

9.2. Рекомендации по работе с литературой

Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучается и дополнительная рекомендованная литература (законодательство, научные и публицистические статьи и др.). Литературу по курсу рекомендуется изучать в библиотеке или с помощью сети Интернет (источники, которые могут быть скачены без нарушения авторских прав).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

При проведении занятий по дисциплине используются следующие элементы электронного обучения:

– удаленные информационные коммуникации между студентами и преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия, посредством электронной почты, позволяющие осуществлять оперативный контроль графика выполнения и содержания контрольных заданий, решение организационных вопросов, удаленное консультирование;

– поиск актуальной научной, статистической и общественно-политической информации

для выполнения самостоятельной работы и контрольных заданий;

– доступ к современным профессиональным базам данных (в том числе международным реферативным базам данных научных изданий) и информационным справочным системам.

Перечень профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий) и информационных справочных систем:

– Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.garant.ru>. – Режим доступа: свободный доступ.

– Справочная правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/online/>. – Режим доступа: свободный доступ (будние дни – 20.00-24.00, выходные и праздничные дни – круглосуточно);

– Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа: доступ по паролю.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

- операционная система Windows;
- LibreOffice , лицензия LGPLv3.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для освоения дисциплины необходимы следующие материально-технические ресурсы:

Главный учебный корпус, а.426 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы	60 посадочных мест, ПК с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ, мультимедийное оборудование (проектор Ben Q, экран), специализированная мебель (стулья-60, столы-30), доска
Лабораторный учебный корпус, а.502к2 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы	25 посадочных места, компьютерная техника (25ПК) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ, специализированная мебель (стулья-25, столы-25), доска
Главный учебный корпус, а.111а Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы	26 посадочных места, компьютерная техника (26ПК) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ, специализированная мебель (стулья-26, столы-26), доска