МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ)

Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программа бакалавриата
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основы взаимодействия органов государственного и муниципального управления со СМИ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 72869
Подписал: заведующий кафедрой Данилина Мария Геннадьевна
Дата: 19.06.2024

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения учебной дисциплины является:

- формирование у обучающегося способности учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

- анализ системы современных мировых и отечественных СМИ, выявление специфической роли СМИ в системе государственного и муниципального управления, формирование у студентов теоретического базиса и прикладных навыков взаимодействия со СМИ в связях с общественностью государственных и муниципальных органов

и формировании стратегии и тактики использования СМИ для рекламы.

Задачами дисциплины являются:

- грамотно и продуктивно готовить и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия государственных и муниципальных органов;

- реализовывать свои профессиональные функции в области коммуникаций и связей с общественностью в сфере государственного управления и муниципального

управления.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Уметь:

- пользовать справочные и информационные материалы при освещении

значимых тем в создаваемых медиа текстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах;

- реализовывать медиапроекты по линии государственных и

- выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном.

- осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиа коммуникационной программы

Знать:

- систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования;

- СМИ как социальный институт в системе государственного регулирования;

практика взаимодействия органов государственного и муниципального управления со СМИ;

- особенности применения медиарилейшенз в органах государственной и

- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном;

- особенности механизмов функционирования конкретной медиа коммуникационной системы

Владеть:

- навыками анализа тенденций развития общественных и государственных

институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа текстах и (или)медиапродуктах, и (или)коммуникационных продуктах;

- практиками применения форм и методов медиарилейшенз в органах федеральной власти в РФ. Практиками применения форм и методов

- навыками определения роли политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. навыками определения действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиа коммуникационной системы

- медиарилейшенз в органах власти субъектов РФ.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	48	48
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 60 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	СМИ как социальный институт в системе государственного регулирования. Рассматриваемые вопросы: -СМИ как социальный институт в системе государственного регулирования. - Функции СМИ
2	СМИ как социальный институт в системе государственного регулирования. Рассматриваемые вопросы: -Практика взаимодействия федеральных органов государственного управления со СМИ.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
3	СМИ как социальный институт в системе государственного регулирования. Рассматриваемые вопросы: -Практика взаимодействия региональных органов государственного управления со СМИ.
4	СМИ как социальный институт в системе государственного регулирования. Рассматриваемые вопросы: -Практика взаимодействия органов муниципального управления со СМИ.
5	Практика использования форм и методов взаимодействия федеральных органов государственного управления со СМИ. Рассматриваемые вопросы: -Практика использования форм и методов взаимодействия федеральных органов государственного управления со СМИ.
6	Практика использования форм и методов взаимодействия федеральных органов государственного управления со СМИ. Рассматриваемые вопросы: -Практика использования форм и методов взаимодействия региональных органов государственного управления со СМИ.
7	Практика использования форм и методов взаимодействия федеральных органов государственного управления со СМИ. Рассматриваемые вопросы: -Практика использования форм и методов взаимодействия органов муниципального управления со СМИ.
8	Практика использования форм и методов взаимодействия федеральных органов государственного управления со СМИ. Рассматриваемые вопросы: - Зарубежный опыт применения форм и методов медиарилейшенз в деятельности субъектов политического процесса в мировой политике - Практика взаимодействия со СМИ надгосударственных и межгосударственных структур, государств, негосударственных и неправительственных международных организаций, иных субъектов мирового политического процесса
9	СМИ как социальный институт в системе государственного регулирования. Рассматриваемые вопросы: -Практика использования субъектами государственного и муниципального управления СМИ
10	СМИ как социальный институт в системе государственного регулирования. Рассматриваемые вопросы: -Маркетинг как современный подход к управлению экономическими и социальными отношениями в системе взаимодействия органов государственного и муниципального управления со СМИ
11	СМИ как социальный институт в системе государственного регулирования Рассматриваемые вопросы: -Маркетинговые коммуникации в системе взаимодействия органов государственного и муниципального управления со СМИ.
12	СМИ как социальный институт в системе государственного регулирования. Рассматриваемые вопросы: - Особенности проведения рекламных кампаний в печатных и электронных СМИ для целей органов государственного и муниципального управления.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	СМИ как социальный институт в системе государственного регулирования. В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа СМИ как социального института
2	Практика взаимодействия органов государственного и муниципального управления со СМИ В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа взаимодействия органов государственного управления со СМИ на практике
3	Практика использования форм и методов взаимодействия органов государственного и муниципального управления со СМИ В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материалаи получает навыки практики использования форм и методов органов государственного управления
4	Особенность применения медиарилейшенз в органах государственной и муниципальной власти В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа особенностей применения медиарилейшенз.
5	Практика использования субъектами федерального и регионального государственного управления СМИ В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки практики субъектами федерального управления СМИ.
6	Практика использования субъектами муниципального управления СМИ В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и полкчает навыки практики использования суъектами муниципального управления СМИ
7	Практика применения форм и методов медиарилейшенз в информационной работе российских профсоюзов В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки практики применения форм и методов медиарилейшенз
8	Зарубежный опыт применения форм и методов медиарилейшенз в деятельности субъектов политического процесса в мировой политике: практика взаимодействия со СМИ надгосударственных и межгосударственных структур, государств, негосударственных и неправительственныхмеждународных организаций, иных субъектов мирового политического процесса В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа зарубежного опыта применения медиарилейшенз
9	Маркетинг как современный подход к управлению экономическими и социальными отношениями в системе взаимодействия органов государственного и муниципального управления со СМИ. В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки изучения маркетинга как современного подхода к управлению экономическими отношениями
10	Практика применения форм и методов медиарилейшенз в органах местного самоуправления в РФ. В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки практики применения форм и методов медиарилейшенз в органах местного самоуправления.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
11	Маркетинговые коммуникации в системе взаимодействия органов государственного и муниципального управления со СМИ. В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки маркетинговых коммуникаций.
12	Особенности проведения рекламных кампаний в печатных и электронных СМИ для целей органовгосударственного и муниципального управления. В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки в анализе особенностей проведения рекламных кампаний.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Подготовка к выполнению индивидуального задания
5	Подготовка к промежуточной аттестации.
6	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва: Издательство Юрайт,2022. — 267 с. ISBN 978-5-534-15901-1	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492969 (дата обращения: 29.03.2023). - Текст: электронный
2	Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 163 с. ISBN 978-5-534-07448-2	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/494288492969 (дата обращения: 29.03.2023). - Текст: электронный.
3	Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 432 с. ISBN 978-5-534-14228-0	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489016 (дата обращения: 29.03.2023). - Текст: электронный.

4	Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-еизд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт,2022. — 294 с ISBN 978-5-534-12233-6	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/494465 (дата обращения: 29.03.2023). - Текст: электронный.
5	GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-еизд. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 438 с. ISBN 978-5-534-14000-2	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489385 (дата обращения: 29.03.2023). - Текст: электронный.

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (https://www.miit.ru/).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (http:/library.miit.ru).

Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс» (https://www.consultant.ru/), «Гарант» (https://www.garant.ru/).

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (http://e.lanbook.com/).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Яндекс. Браузер.

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft 365 и приложения Office

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения всех аудиторных занятий лекций и практик необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, к.н. кафедры «Экономика и управление на транспорте» О.Г. Евдокимов

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической комиссии М.В. Ишханян