

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

СОГЛАСОВАНО:

Выпускающая кафедра СТ
Заведующий кафедрой СТ



И.В. Федякин

17 сентября 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

17 сентября 2020 г.

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Автор Евдокимов Олег Георгиевич, к.б.н., доцент

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«PR и GR коммуникации»

Направление подготовки:	38.03.02 – Менеджмент
Профиль:	Менеджмент в спортивной индустрии
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2019

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 1 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой  Н.П. Терешина
---	---

Москва 2020 г.

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «PR и GR коммуникации» являются формирование у обучающегося знаний, умений и навыков для поиска и принятия эффективных управленческих решений в области PR и GR (связей с общественностью и связей с органами государственной власти).

В результате освоения курса «PR и GR коммуникации» студент должен

Знать:

современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникационных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; принципы управления персоналом организации; правовую охрану объектов интеллектуальной собственности; теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков.

Уметь:

генерировать идеи, разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления, планировать финансовые потоки, руководить процессом медиапланирования, вести переговоры с представителями различных целевых аудиторий; выбирать оптимальные формы организации бизнеса; находить новые источники повышения конкурентоспособности, пути решения проблемы ресурсного потенциала предприятия.

Владеть:

способностью к свободной личной и деловой коммуникации в международной среде; умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; умением межличностного общения в профессиональной среде, в том числе в международной сфере, составления договоров и деловой документации.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "PR и GR коммуникации" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКС-34	Способен к освоению теоретических основ управления проектами в спортивных организациях на основе применения современных методов проектирования
--------	--

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

4 зачетных единиц (144 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «PR и GR коммуникации» осуществляется в форме практических занятий. Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративный разбор различных видов анализа

международного бизнеса). Остальная часть практического курса проводится с использованием интерактивных (диалоговые) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций; технологий, основанных на коллективных способах обучения. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, подготовка устных докладов и презентационных материалов по специфике курса. К интерактивным (диалоговым) технологиям (6 часов) относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов. Возможные активные формы проведения занятий: • деловая ситуация «Создание имиджа компании»; • деловая ситуация «Чёрный PR»; • деловая ситуация «Лоббирование интересов компании»; • деловая игра «Разработка медиаплана» и др. Интерактивные формы формирования компетенций: • участие в межвузовских олимпиадах; • выполнение коллективных заданий; • соревнования по разбору кейсов; • встреча со специалистами-практиками. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически завершённый объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (подготовка устных докладов и презентаций по тематике курса) для оценки умений и навыков. Так же, для закрепления теоретических знаний и отработки практических компетенций студенты выполняют практическое задание «Стратегический план PR деятельности компании». Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые устные опросы. Специфика сочетания методов и форм организации обучения отражается в матрице (см. табл.) Перечень методов обучения и форм организации обучения может быть расширен. Методы и формы организации обучения (ФОО) Методы и формы активизации деятельности Виды учебной деятельности ЛК Практические занятия СРС Дискуссия x IT-методы x x Командная работа x Разбор кейсов x Опережающая СРС x x Индивидуальное обучение x x Проблемное обучение x x Обучение на основе опыта x x Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы и организационные мероприятия: - изучение теоретического материала дисциплины во время самостоятельной работы студента с использованием компьютерных технологий и электронного контента, размещённого на портале университета; - самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы; - закрепление теоретического материала при проведении тренингов, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий. .

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Тема 1

Связи с общественностью как социальный феномен; Связи с общественностью в системе научного знания. Междисциплинарная, комплексная природа PR. Когнитивный и прагматический подходы к изучению публичных рилейшнз; Категориальный аппарат связей с общественностью Основы социологии, социо-психологии, менеджмента как база, обуславливающая интегративный характер системы понятийных категорий публичных

рилейшнз; Возникновение и развитие PR как сферы профессиональной деятельности и социального института; Социальные, экономические, политические, причины возникновения связей с общественностью. Интерференция нескольких измерений исторического процесса как основа периодизации PR: истории общества, истории специфической деятельности в этом обществе, истории социальной мысли, отражающей их динамику.

РАЗДЕЛ 2

Тема 2

Социально-коммуникативные аспекты паблик рилейшнз
Коммуникация как социальный процесс Понятие и природа коммуникации. Основные методологические направления исследований социальной коммуникации: исследования в сфере коммуникаций воздействия, психодинамическое, социокультурное направление. PR как вид социальной коммуникации. Реализация коммуникативных стратегий в различных моделях PR
Основные формы вербальных коммуникаций в паблик рилейшнз Роль вербальной коммуникации в системе связей с общественностью.

РАЗДЕЛ 3

Тема 3

Связи с общественностью в пространстве прагматических коммуникаций
Имидж как инструмент общения и воздействия на групповое и массовое сознание
Роль PR-технологий в формировании общественного мнения
Миф как продукт PR, средство управления общественным сознанием и настроением

РАЗДЕЛ 4

Тема 4

Паблик рилейшнз и GR в контексте управленческой практики
PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга
Взаимодействие PR с другими видами управленческой деятельности, в том числе с GR.
Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
PR-коммуникация как средство управления кризисами.

РАЗДЕЛ 5

Тема 5

Роль GR в современной корпоративной практике
Что такое GR? Цель GR и основная задача GR. Вопросы взаимодействия PR и GR.
Успешная синергия усилий PR и GR. Текущее положение GR в России. Вопросы для размышления топ-менеджеров в области GR. Конкретные шаги для достижения понимания, нужны ли организации лоббистские технологии.

РАЗДЕЛ 6

Тема 6

Влияние процессов глобализации на систему связей с общественностью
Информационное общество и паблик рилейшнз. Типология общественных формаций.
Появление информационного общества как историческая закономерность. Основные
характеристики инфор-мационного общества как типа социальной организации. Идеи
теоретиков информационного общества об электронном коттедже, мировой деревне, о
разрушении политических и экономических границ. Связи с общественностью в кросс-
культурной коммуникации. Культура как способ духовного и духовно-практического
освоения окружающего мира. Национальной и общечеловеческой компоненты культуры.
Типы культур и их коммуникативные особенности. Социально-психологические сценарии
поведения в различных по типу культурах. Национальный характер и его отражение в
коммуникации.

РАЗДЕЛ 3

Промежуточная аттестация