

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

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

25 мая 2020 г.

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Автор Евдокимов Олег Георгиевич, к.б.н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

PR и GR коммуникации

Направление подготовки:	38.03.06 – Торговое дело
Профиль:	Маркетинг
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2020

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 6 20 мая 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 1 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой  Н.П. Терешина
--	--

Рабочая программа учебной 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: 2575
Подписал: Заведующий кафедрой Терешина Наталья Петровна
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Стратегические PR и GR коммуникации корпорации» 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 «Стратегические PR и GR коммуникации компании» 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.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

2.1.1. Основы маркетинга:

Знания: Основы организации маркетинговой деятельности, специфику методов исследований в бизнесе, понимать многообразие экономических процессов; закономерности рыночных отношений, экономическое, финансовое прогнозирование и планирование в организации

Умения: Анализировать направления экономической политики государства, применять типовые модели к расчетам макро-, медиа- и микро- показателей, с использованием информационных технологий

Навыки: Инструментами маркетинг, навыками разработки программ и проведения; навыками применения информационных технологий

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Государственная итоговая аттестация

**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ),
СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКС-2 Способен анализировать динамику товарных и сырьевых рынков прогнозировать поведение потребителей товаров и услуг	ПКС-2.1 Владеет современными методами маркетинговых исследований динамики товарных и сырьевых рынков. ПКС-2.2 Прогнозирует поведение потребителей товаров и услуг.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетных единиц (144 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 8
Контактная работа	84	84,15
Аудиторные занятия (всего):	84	84
В том числе:		
лекции (Л)	42	42
практические (ПЗ) и семинарские (С)	42	42
Самостоятельная работа (всего)	6	6
Экзамен (при наличии)	54	54
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1	ПК1
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЭК	ЭК

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

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу-точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	8	Тема 1 Связи с общественностью как социальный феномен Связи с общественностью в системе научного знания. Междисциплинарная, комплексная природа PR. Когнитивный и прагма-тический подходы к изучению паблик рилейшнз. Категориальный аппарат связей с общественностью Основы социологии, социо-психологии, менеджмента как база, обуславливающая интегративный характер системы понятийных кате- горий паблик 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	8		6		1	15	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу-точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		социальной мысли, отражающей их динамику.							
2	8	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.	8		10		1	19	
3	8	Тема 3 Связи с обществен- ностью в пространстве прагматических коммуникаций Имидж как инструмент общения и воздействия на групповое и массовое сознание Роль PR-технологий в формировании общественного	6		10		1	17	ПК1, ТК1 – текущий контроль по разделам 1-3 (устный опрос, подготовка устных докладов и презентаций по тематике курса)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу-точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		мнения Миф как продукт PR, средство управления общественным сознанием и настроением							
4	8	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.	8		8		1	17	
5	8	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.	8		4		1	13	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу-точной аттестации	
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
6	8	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.	4		4			1	63	, ТК2 – текущий контроль по разделам 4-6 (устный опрос, подготовка устных докладов и презентаций по тематике курса,, практические задание «Стратегический план PR деятельности компании»)
7	8	Экзамен						54	ЭК	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу-точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8		Всего:	42		42		6	144	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 42 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	8	Тема: Связи с общественностью как социальный феномен	ПЗ 1 Характер и содержание PR-деятельности. Место и роль PR в системе социальных институтов общества.	6
2	8	Тема: Социально-коммуникативные аспекты паблик рилейшнз	ПЗ 2 Социальная коммуникация, ее сущность, функции и разновидности. Психологические аспекты коммуникации как механизма взаимодействия и воздействия. Воздействие как функция PR – коммуникации.	10
3	8	Тема: Связи с общественностью в пространстве прагматических коммуникаций	ПЗ 3 Создание привлекательного имиджа и устойчивой позитивной репутации организации. Способы влияния на общественное мнение.	6
4	8	Тема: Связи с общественностью в пространстве прагматических коммуникаций	ПЗ 4 Чёрный PR» - как конгломерат разнообразных приемов и методов манипулятивного воздействия на массовое сознание. Миф как метод воздействия на потребителя информации.	4
5	8	Тема: Паблик рилейшнз и GR в контексте управленческой практики	ПЗ 5 Взаимосвязь управленческих функций паблик рилейшнз и маркетинга. Паблик рилейшнз и лоббирование. Виды PR- кампаний.	4
6	8	Тема: Паблик рилейшнз и GR в контексте управленческой практики	ПЗ 6 Правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-кампаний. Особенности использования информации во время кризиса.	4
7	8	Тема: Роль GR в современной корпоративной практике	ПЗ 7 Цель GR и основная задача GR. Вопросы взаимодействия PR и GR. Успешная синергия усилий PR и GR. Текущее положение GR в России. Конкретные шаги для достижения понимания, нужны ли организации лоббистские технологии.	4
8	8	Тема: Влияние процессов глобализации на систему связей с общественностью	ПЗ 8 Особенности коммуникационно-информационных процессов в условиях глобализации. Социокультурные различия и барьеры кросс-культурных коммуникаций	4
ВСЕГО:				42/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины «Стратегические PR и GR коммуникации корпорации» 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 завершенный объем 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 х х
Индивидуальное обучение х х
Проблемное обучение х х
Обучение на основе опыта х х

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. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	8	Тема 1: Связи с общественностью как социальный феномен	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по основной и дополнительной литературе. Подготовка докладов. Подготовка к практическому занятию №1 Список рекомендуемой литературы: Список рекомендуемой литературы: 1. Учебное пособие «Strategic PR и GR communications in economy» Учебное пособие. Евдокимов О.Г. М.: МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016 2. GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Ачкасова В.А. Юрайт • 2019 г. • 315 стр. 3. Учебный контент «Стратегические PR и GR коммуникации компании» Евдокимов О.Г. М.: МИИТ. Каф.ЭУТ, 2019	1
2	8	Тема 2: Социально-коммуникативные аспекты публичных отношений	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по основной и дополнительной литературе. Подготовка докладов. Работа над практическим заданием «Стратегический план PR деятельности компании». Подготовка к практическому занятию №2 Список рекомендуемой литературы: 1. Учебное пособие «Strategic PR и GR communications in economy» Учебное пособие. Евдокимов О.Г. М.: МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016 2. GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Ачкасова В.А. Юрайт • 2019 г. • 315 стр. 3. Учебный контент «Стратегические PR и GR коммуникации компании» Евдокимов О.Г. М.: МИИТ. Каф.ЭУТ, 2019	1
3	8	Тема 3: Связи с общественностью в пространстве прагматических коммуникаций	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по основной и дополнительной литературе. Подготовка докладов. Работа над практическим заданием «Стратегический план PR деятельности компании». Подготовка к практическому занятию №3 Список рекомендуемой литературы: 1. Учебное пособие «Strategic PR и GR communications in economy» Учебное пособие. Евдокимов О.Г. М.: МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016 2. GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Ачкасова В.А. Юрайт • 2019	1

			г. • 315 стр. 3. Учебный контент «Стратегические PR и GR коммуникации компании» Евдокимов О.Г. М.: МИИТ. Каф.ЭУТ, 2019	
4	8	Тема 4: Пабрик рилейшнз и GR в контексте управленческой практики	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по основной и дополнительной литературе. Подготовка докладов. Работа над практическим заданием «Стратегический план PR деятельности компании». Подготовка к практическому занятию №4 Список рекомендуемой литературы: 1. GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Марковская Е.И. Юрайт • 2019 г. • 304 стр. 2. Учебное пособие «Strategic PR и GR communications in economy» Учебное пособие. Евдокимов О.Г. М.: МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016 3. GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Ачкасова В.А. Юрайт • 2019 г. • 315 стр. 4. Учебный контент «Стратегические PR и GR коммуникации компании» Евдокимов О.Г. М.: МИИТ. Каф.ЭУТ, 2019 5. Лоббизм. Учебное пособие. Меньшенина Н.Н.,	1
5	8	Тема 5: Роль GR в современной корпоративной практике	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по основной и дополнительной литературе. Подготовка докладов.. Работа над практическим заданием «Стратегический план PR деятельности компании». Подготовка к практическому занятию №5 Список рекомендуемой литературы: 1. GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Марковская Е.И. Юрайт • 2019 г. • 304 стр. 2. Учебное пособие «Strategic PR и GR communications in economy» Учебное пособие. Евдокимов О.Г. М.: МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016 3. GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Ачкасова В.А. Юрайт • 2019 г. • 315 стр. 4. Учебный контент «Стратегические PR и GR коммуникации компании» Евдокимов О.Г. М.: МИИТ. Каф.ЭУТ, 2019 5. Лоббизм. Учебное пособие. Меньшенина Н.Н., Пантелеева М.В. Юрайт • 2019 г. • 133 стр.	1
6	8	Тема 6: Влияние процессов глобализации на систему связей с общественностью	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по основной и дополнительной литературе. Подготовка к практическому занятию №6.	1

		Подготовка докладов. Подготовка к экзамену. Список рекомендуемой литературы: 1. Учебное пособие «Strategic PR и GR communications in economy» Учебное пособие. Евдокимов О.Г. М.: МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016 2. GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Ачкасова В.А. Юрайт • 2019 г. • 315 стр. 3. Учебный контент «Стратегические PR и GR коммуникации компании» Евдокимов О.Г. М.: МИИТ. Каф.ЭУТ, 2019	
ВСЕГО:			6

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	Марковская Е.И.	Юрайт, 2019 https://www.biblio-online.ru/book/5A7215E0-B75F-4C8A-9078-0632F65F35C2	Разделы 4-5
2	GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	Ачкасова В.А.	Юрайт, 2019 https://www.biblio-online.ru/book/C0E1AB69-198E-4213-A93A-7FCC48FC9753	Разделы 1-6

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
4	Лоббизм. Учебное пособие	Меньшенина Н.Н., Пантелеева М.В.	Юнити-Дана, 2019 https://www.biblio-online.ru/book/4FFC405D-CBFC-4E5B-BF43-42E62678FA79	Разделы 4-5

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Сайт ИЭФ МИИТа, раздел «Методическая литература» <http://miit-ief.ru>
<https://drive.google.com/folderview?id=0B1ByPmBsRDzDa2V6bktzMFB2Yzg&usp=sharing>
2. Электронная библиотека <http://www.knigafund.ru>
3. <http://www.humanities.edu.ru/> - Социально-гуманитарное и политологическое образование: федеральный портал - Материалы по различным социальным и гуманитарным предметам.
4. <http://window.edu.ru/window> - Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Интегральный каталог образовательных интернет-ресурсов, электронная учебно-методическая библиотека для общего и профессионального образования, ресурсы системы федеральных образовательных порталов.
5. <http://www.ecsoman.edu.ru/> - Федеральный образовательный портал.
6. <http://ru.wikipedia.org/> - Википедия
7. <http://library.miit.ru/> - электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки МИИТ.
8. <http://elibrary.ru/> - научно-электронная библиотека.
9. Поисковые системы и электронные каталоги: Yandex, Google, Mail и др.
10. Рекомендуемые видеоролики к просмотру:
<http://youtu.be/EfRVmA0oh2A> Что такое лоббирование?
<http://www.youtube.com/watch?v=qqXCmn1iO2k> Как правильно лоббировать

интересы http://youtu.be/_Paf7_NvtZY Георгий Генс (ЛАНИТ) о лоббировании
<http://www.youtube.com/watch?v=-Bzu5Vt1LEc> Лоббист как субъект политики
<http://www.youtube.com/watch?v=p8YGVt0qw9c> Лоббизм в российской политике
http://www.youtube.com/watch?v=Mhf5lu_efJA «Теория и практика взаимодействия бизнеса и власти»

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

- Наличие оболочки АСТ для проведения электронного тестирования знаний студентов;
- Наличие программного пакета Microsoft Office , Операционной системы Windows XP или Windows 7, 8 или 10, программ Adobe Flash Player 11 ActiveX, Adobe Reader
- Учебный контент «Стратегические PR и GR коммуникации компании».
- Электронные обучающие программы (практикум, на учебном портале ИЭФа).
- Электронное сопровождение лекций в форме презентаций Power Point
- Презентация.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Рабочее место преподавателя с персональным компьютером, подключённым к сетям INTERNET и INTRANET.
2. Специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой и интерактивной доской.
3. Компьютерный класс с кондиционером. Рабочие места студентов в компьютерном классе, подключённые к сетям INTERNET и INTRANET
4. Для проведения практических занятий: компьютерный класс; кондиционер; компьютеры с минимальными требованиями – Pentium 4, ОЗУ 4 ГБ, HDD 100 ГБ, USB 2.0.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе. Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого преподавателем материала, во время занятий и во время специально организуемых индивидуальных встреч он может задать преподавателю интересующие его вопросы. Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению лекционных курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных положений, даваемых на лекции, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

При подготовке специалиста важны не только серьезная теоретическая подготовка, знание основ надежности подвижного состава, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому

способствует форма обучения в виде практических занятий. Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, формирование у обучающихся умений и навыков работы с исходными данными, научной литературой и специальными документами. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий.

Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтра. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к зачёту и тестовые материалы, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Фонд оценочных средств являются составной частью учебно-методического обеспечения процедуры оценки качества освоения образовательной программы и обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит, как приложение, в состав рабочей программы дисциплины.

Основные методические указания для обучающихся по дисциплине указаны в разделе основная и дополнительная литература.

В ходе изучения дисциплины предполагается выполнение практического задания «Стратегический план PR деятельности компании». Задание выполняется на примере выбранной студентом реальной компании или предложенной преподавателем реальной компании или модели. Итоговый документ выполненного Стратегического плана PR деятельности компании содержит титул, содержание, введение, непосредственно текст, заключение и список литературы и источников информации. Предполагается публичная защита выполненного задания в группе с дискуссией.