

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 - программы бакалавриата
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

PR-сопровождение бизнеса

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: 2575
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья
Петровна
Дата: 17.11.2022

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения учебной дисциплины является: формирование у обучающегося знаний, умений и навыков для поиска и принятия эффективных управленческих решений в области PR (связей с общественностью).

Основными задачами курса дисциплины являются:

- формирование знаний и умений, связанных с PR деятельностью в сфере бизнеса;
- освоение различных коммуникационных PR технологий, применение коммуникационных форм и методов деятельности;
- получение практических навыков медиапланирования и составления программ PR деятельности компании.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ПК-2 - Способен разрабатывать и спланировать комплекс мероприятий по реализации PR-стратегии и осуществлению внутренних и внешних коммуникаций в цифровой среде .

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

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;
- на основе анализа поставленных задач политики компании в области связей с общественностью оценивать возможные изменения в окружающем информационном поле.

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;

- способы описывания будущих результатов деятельности в области связей с общественностью.

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;

- способами разработки и составления PR программ, медиапланов.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 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 1
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	68	68
В том числе:		
Занятия лекционного типа	34	34
Занятия семинарского типа	34	34

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 76 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	<p>Связи с общественностью как социальный феномен</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Связи с общественностью в системе научного знания. Междисциплинарная, комплексная природа PR. Когнитивный и прагматический подходы к изучению публик рилейшнз. - Категориальный аппарат связей с общественностью Основы социологии, социо-психологии, менеджмента как база, обуславливающая интегративный характер системы понятийных категорий публик рилейшнз. - Возникновение и развитие PR как сферы профессиональной деятельности и социального института. Социальные, экономические, политические, причины возникновения связей с общественностью.
2	<p>Связи с общественностью как социальный феномен</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Социально-коммуникативные аспекты публик 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
3	<p>Связи с общественностью как социальный феномен</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -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
4	<p>Связи с общественностью как социальный феномен</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -PR и интегрированные маркетинговые коммуникации. - Особенности PR-технологий в маркетинге. - Маркетинговые коммуникации B2B (Business to Business). Маркетинговые коммуникации B2C (Business to Consumer). - Современные технологии PR
5	<p>Паблик рилейшнз в контексте управленческой практики</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга. - Взаимодействие PR с другими видами управленческой деятельности. - Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью.
6	<p>Паблик рилейшнз в контексте управленческой практики</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<ul style="list-style-type: none"> - Влияние процессов глобализации на систему связей с общественностью. - Информационное общество и паблик рилейшнз. Типология общественных формаций. - Появление информационного общества как историческая закономерность. Основные характеристики информационного общества как типа социальной организации.
7	<p>Паблик рилейшнз в контексте управленческой практики</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
8	<p>Паблик рилейшнз в контексте управленческой практики</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Управление кризисной ситуацией. Кризисные коммуникации. Упреждающее управление кризисом. - Выход из кризиса. общие принципы. Типичные ошибки при столкновении с кризисом. Действия организации в ситуации обрушившегося кризиса. - Борьба со слухами. Примеры антикризисных кампаний и борьбы со слухами.
9	<p>Имиджевый PR. Формирование имиджа, его компоненты</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Общие признаки имиджа, которые реально складываются на практике. - Внутренняя общественность и имидж организации. Реклама имиджа. - Требования к PR-рекламе имиджа. Слагаемые имиджа фирмы.
10	<p>Имиджевый PR. Формирование имиджа, его компоненты</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Корпоративные коммуникации. Фирменный стиль. - Стратегическое планирование. Продвижение первого лица компании. - Взаимоотношения со стейкхолдерами, исполнительной властью и лоббирование. Корпоративная социальная ответственность. Роль и место внутренних коммуникаций.
11	<p>Имиджевый PR. Формирование имиджа, его компоненты</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Инструменты PR деятельности: связи со СМИ и организация событий. - Продвижение в СМИ (Media Relations). Проведение специальных мероприятий. - Основные характеристики информационных инструментов PR.
12	<p>Имиджевый PR. Формирование имиджа, его компоненты</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основные стратегии и тактики использования СМИ в связях с общественностью. - Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ. - Профессиональные стандарты во взаимоотношении со СМИ.
13	<p>Публичные выступления как важный элемент работы в коммуникативном пространстве</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Подготовка речи. - Принципы публичных выступлений. - Тренинг выступающих и подготовка выступления.
14	<p>Публичные выступления как важный элемент работы в коммуникативном пространстве</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Оценка ключевых показателей эффективности (KPI) PR-деятельности. - Проблема стандартизации в оценке PR. Практика оценки эффективности PR деятельности. - Рекомендации специалистов в области связей с общественностью

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
15	Публичные выступления как важный элемент работы в коммуникативном пространстве Рассматриваемые вопросы: - Правовые аспекты PR. особенности российского и международного законодательства. - Нарушение исключительных прав (авторские и смежные права). - Вторжение в частную жизнь. Клевета и распространение недостоверной и заведомо ложной информации.
16	Публичные выступления как важный элемент работы в коммуникативном пространстве Рассматриваемые вопросы: - Недобросовестная конкуренция. Нарушение прав потребителей. - Нарушение законодательства о средствах массовой информации. - Виды ответственности. Законодательство других стран.
17	Публичные выступления как важный элемент работы в коммуникативном пространстве Рассматриваемые вопросы: - Организационная структура PR деятельности. - Взаимодействие компаний и агентств. Будущее PR. - Новые тенденции и технологии.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Связи с общественностью в системе научного знания В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа связей с общественностью в системе научного знания.
2	Коммуникация как социальный процесс В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки коммуникаций.
3	Связи с общественностью в пространстве прагматических коммуникаций. В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа связей с общественностью в пространстве прагматических коммуникаций.
4	PR и интегрированные маркетинговые коммуникации В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки PR.
5	Паблик рилейшенз в контексте управленческой практики В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки паблик рилейшенз.
6	Влияние процессов глобализации на систему связей с общественностью. В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа влияния процессов глобализации на систему связей с общественностью.
7	Связи с общественностью в кросс-культурной коммуникации В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа связей с общественностью в кросс-культурной коммуникации
8	Особенности организации связей с общественностью в разных странах

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает дополнительные знания, а также навыки связанные с особенностями организации связей с общественностью в других культурах и странах
9	PR-коммуникация как средство управления кризисами В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки PR-коммуникаций
10	Имиджевый PR В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки имиджевого PR
11	Корпоративные коммуникации В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки корпоративных коммуникаций
12	Инструменты PR деятельности: связи со СМИ и организация событий В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа инструментов PR деятельности
13	Основные стратегии и тактики использования СМИ в связях с общественностью В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа основных стратегий и тактик использования СМИ
14	Публичные выступления как важный элемент работы в коммуникативном пространстве В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки публичного выступления
15	Оценка ключевых показателей эффективности (KPI) PR-деятельности В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует оценку ключевых показателей эффективности PR деятельности
16	Правовые аспекты PR. особенности российского и международного законодательства В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа правовых аспектов PR
17	Организационная структура PR деятельности. В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и получает навыки анализа организационной структуры PR деятельности

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 докладов с презентацией по темам выданным преподавателем
5	Подготовка к итоговой аттестации
6	Подготовка к промежуточной аттестации.
7	Подготовка к текущему контролю.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С.М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп Емельянов, С.М. Москва: Издательство Юрайт, 2022.— 197 с.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492279 обращения: 30.03.2022). - Текст: электронный.
2	Организация работы структур по связям с общественностью: учебное пособие для вузов / Бударина О.А. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 126 с.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496828 обращения: 30.03.2022). - Текст: электронный.
3	Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для вузов А.Н. Чумиков Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 173	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493974 обращения: 30.03.2022). - Текст: электронный.
4	Связи с общественностью: учебное пособие для вузов О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д. А. Жильцов Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 337	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489962 обращения: 30.03.2022). - Текст: электронный.

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

Электронно-библиотечная система «Elibrary.ru»: www.elibrary.ru

ФГБОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте»: <http://umczdt.ru>

Электронно-библиотечная система «Юрайт»: <https://urait.ru>

Электронно-библиотечная система «Консультант студента»: www.studentlibrary.ru

Электронно-библиотечная система «Лань» : <https://e.lanbook.com>

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

Операционная система Microsoft Windows

Офисный пакет приложений Microsoft Office

Яндекс браузер

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Free

7-Zip файловый архиватор

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:

Экзамен в 4 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

Н.П. Терешина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян