**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 ФГАОУ ВО
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 ФГАОУ ВО РУТ (МИИТ)
ID подписи: 72869
Подписал: заведующий кафедрой Данилина Мария Геннадьевна
Дата: 08.10.2026

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):

**ОПК-1** - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

**ОПК-7** - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

**УК-5** - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

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 бюджет PR кампаний, руководить процессом медиапланирования, вести переговоры с представителями различных целевых аудиторий; выбирать оптимальные формы организации бизнеса;

- находить новые источники повышения конкурентоспособности;

- 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;; теорию планирования, управления и контроля информационных потоков;
- основы законодательной базы PR-деятельности;
- 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 №5 |
| Контактная работа при проведении учебных занятий (всего): | 64 | 64 |
| В том числе: | | |
| Занятия лекционного типа | 32 | 32 |
| 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 80 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 | Связи с общественностью как социальный феномен<br>Рассматриваемые вопросы<br>-Связи с общественностью в системе научного знания. Междисциплинарная, комплексная природа PR.<br>- Эволюция PR.<br>- Возникновение и развитие PR как сферы профессиональной деятельности. Социальные, экономические, политические, причины возникновения связей с общественностью.<br>- PR и реклама. PR и пропаганда. PR и лобби.<br>- 4 модели (стадии) PR.<br>- Функции PR. |
| 2 | Коммуникации в PR<br>Рассматриваемые вопросы<br>-Социально-коммуникативные аспекты паблик рилейшнз. Понятие и природа коммуникации.<br>- Основные методологические направления исследований социальной коммуникации: исследования в сфере коммуникаций воздействия, психодинамическое, социокультурное направление.<br>- PR как вид социальной коммуникации. Реализация коммуникативных стратегий в различных моделях PR.<br>- Каналы коммуникации PR.<br>- Роль PR-технологий в формировании общественного мнения. Миф как продукт PR, средство управления общественным сознанием и настроением.<br>- PR и интегрированные маркетинговые коммуникации.<br>- Особенности PR-технологий в маркетинге.<br>- Маркетинговые коммуникации B2B (Business to Business). Маркетинговые коммуникации B2C (Business to Consumer).<br>- PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга.<br>- Взаимодействие PR с другими видами управленческой деятельности. |

| № п/п | Тематика лекционных занятий / краткое содержание |
|---|---|
| 3 | Теоретические и методологические основы организации PR-кампании<br>Рассматриваемые вопросы<br>- Цели и задачи (причины) проведения PR-кампаний, признаки PR-кампаний.<br>- Классификации PR-кампаний.<br>- Подготовительный этап. Особености подготовки PR-кампании, бриф.<br>- Этап исследований. Особенности иссследований в PR, ситуационнывй анализ.<br>- Этап планирования. Определение целей, стратегический план, тактическое планирование, составление бюджета кампании, медапланирование.<br>- Практическая реализация. Создание PR-событий; PR-обращение; особенности PR-текстов.<br>- Заключительны этап. Оценка эффективности PR-кампании: формы, методы, критерии оценки.<br>- Составление отчета.<br>- Миф как продукт PR, средство управления общественным сознанием и настроением. |
| 4 | Паблик рилейшнз в контексте глобальной экономики и политики, нормативно-правовая база PR-деятельности<br>Рассматриваемые вопросы<br>- Влияние процессов глобализации на систему связей с общественностью.<br>- Мировое информационное общество и паблик рилейшнз.<br>- Значение PR в условиях глобальных трансформаций.<br>- Антикризисный PR<br>- Борьба со слухами. Примеры антикризисных кампаний и борьбы со слухами.<br>- Вторжение в частную жизнь. Клевета и распространение недостоверной и заведомо ложной информации.<br>- Недобросовестная конкуренция. Нарушение прав потребителей.<br>- Нарушение законодательства о средствах массовой информации.<br>- Основные документы профессионального сообщества.<br>- Виды ответсвенности. Законодательство других стран. |
| 5 | Имиджевый PR. Формирование имиджа, его компоненты<br>Рассматриваемые вопросы<br>- Общие признаки имиджа.<br>- Внутренняя общественность и имидж организации. Реклама имиджа.<br>- Требования к PR- имиджа. Слагаемые имиджа фирмы.<br>- Имидж как инструмент общения и воздействия на групповое и массовое сознание. |
| 6 | PR, КСО и корпоративный стиль.<br>Рассматриваемые вопросы<br>- Корпоративные коммуникации. Фирменный стиль.<br>- Продвижение первого лица компании. Личный бренд и персонализация.<br>- Взаимоотношения со стейкхолдерами, исполнительной властью и лоббирование.<br>- GR.<br>- Корпоративная социальная ответственность. Роль и место внутренних коммуникаций.<br>- Принципы публичных выступлений.<br>- Тренинг выступающих и подготовка выступления. |
| 7 | PR и MR.<br>Рассматриваемые вопросы<br>- Инструменты PR деятельности: связи со СМИ и организация событий.<br>- Продвижение в СМИ (Media Relations). Проведение специальных мероприятий.<br>- Основные характеристики информационных инструментов PR.<br>- Внутренние и внешние инфоповоды.<br>- Основные стратеги и тактики использования СМИ в связях с общественностью.<br>- Правила разработки коммуникационных и инофрмационых кампаний в СМИ.<br>- Профессиональные стандарты во взаимоотношении со СМИ. |

| № п/п | Тематика лекционных занятий / краткое содержание |
|---|---|
| 8 | Оценка эффективности PR-деятельности<br>Рассматриваемые вопросы<br>- Оценка ключевых показателей эффективности (KPI) PR-деятельности.<br>- Проблема стандартизации в оценке PR. Практика оценки эффективности PR деятельности.<br>- Рекомендации специалистов в области связей с общественностью. |

## 4.2. Занятия семинарского типа.

### Практические занятия

| № п/п | Тематика практических занятий/краткое содержание |
|---|---|
| 1 | Связи с общественностью как социальный феномен<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки анализа связей с общественностью в системе научного знания. |
| 2 | Категориальный аппарат PR.<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки отличия PR от смежных дисциплин и других инструментов воздействия на общественное мнение. |
| 3 | Коммуникации в PR.<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки анализа коммуникационных каналов PR-деятельности (соцсети компаний и организаций). |
| 4 | Теоретические и методологические основы организации PR-кампании<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки разработки PR-кампаний. |
| 5 | Теоретические и методологические основы организации PR-кампании<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки проведения и анализа PR-кампаний. |
| 6 | Связи с общественностью как новая функция менеджмента<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки анализа коммуникационных каналов PR-деятельности (порталы крупных отраслевых компаний). |
| 7 | Паблик рилейшнз в контексте управленческой практики<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки разработки, проведения и анализа PR-мероприятий (панельная дискуссия). |
| 8 | Паблик рилейшнз в контексте глобальной экономики и политики<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки определения и анализа инфоповодов в мировом пространстве. |
| 9 | Антикризисный PR<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки разработки, проведения и анализа PR-мероприятий (пресс-конференция). |
| 10 | Имиджевый PR. Формирование имиджа, его компоненты<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки разработки пресс-портрета. |

| № п/п | Тематика практических занятий/краткое содержание |
|---|---|
| 11 | PR, КСО и корпоративный стиль.<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и решает профессиональные кейсы. |
| 12 | PR и MR.<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки подготовки пресс-релиза. |
| 13 | Публичные выступления как важный элемент работы в коммуникативном пространстве<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки подготовки публичного выступления. |
| 14 | Оценка эффективности PR-деятельности<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки оценки эффективности PR-деятельности. |
| 15 | Нормативно-правовая база PR-деятельности<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и решает профессиональные кейсы. |
| 16 | Коммуникационные каналы PR-деятельности в B2B и B2C.<br>В результате работы на практическом занятии студент закрепляет знания по теме лекционного материала и получает навыки подготовки и публикации контента в коммуникационных каналах 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 | Выполнение курсовой работы. |
| 6 | Подготовка к промежуточной аттестации. |
| 7 | Подготовка к текущему контролю. |

4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

1. Разработка PR – стратегии железнодорожной транспортной компании No1

(название компании выдается преподавателем).

2. Разработка PR – стратегии железнодорожной транспортной компании No2

(название компании выдается преподавателем).

3. Разработка PR – стратегии железнодорожной транспортной компании No3

(название компании выдается преподавателем).

4. Разработка PR – стратегии автомобильной транспортной компании No1

(название компании выдается преподавателем).

5. Разработка PR – стратегии автомобильной транспортной компании No2

(название компании выдается преподавателем).

6. Разработка PR – стратегии автомобильной транспортной компании No3

(название компании выдается преподавателем).

7. Разработка PR – стратегии судоходной транспортной компании No1 (название

компании выдается преподавателем).

8. Разработка PR – стратегии судоходной транспортной компании No2 (название

компании выдается преподавателем).

9. Разработка PR – стратегии высшего учебного заведения на примере РУТ

(МИИТ).

10. Разработка PR – стратегии высшего учебного заведения на примере Института

экономики и финансов РУТ (МИИТ).

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

| № п/п | Библиографическое описание | Место доступа |
|---|---|---|
| 1 | Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. | Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511939 (дата обращения: 21.04.2025). |
| 2 | Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. | Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/514357 (дата обращения: 21.04.2025). |

| | | |
|---|---|---|
| | Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. | |
| 3 | Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. | Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/516258 (дата обращения: 21.04.2025). |
| 4 | Чуверина О.Г. PR-сопровождение бизнеса: учебно-методическое пособие к курсовой работе / О.Г. Чуверина. – М.: РУТ (МИИТ), 2026. – 20 с. | НТБ РУТ (МИИТ): https://library.miit.ru/bookscatalog/2024/UMP_PR-soprovozhdeniye_biznesa_Chuverina_OG.pdf (дата обращения: 08.10.2026). 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:

Курсовая работа в 5 семестре.
Экзамен в 5 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

старший преподаватель кафедры
«Экономика и управление на
транспорте» О.Г. Чуверина

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической
комиссии М.В. Ишханян