

Министерство образования и науки Российской Федерации  
федеральное государственное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

Факультет МЕЖДУНАРОДНАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА

---

Рекламы

Кафедра

---

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## **Связи с общественностью (PR) и государ- ственными органами (GR)**

---

(название дисциплины)

---

Направление подготовки 080100 – Экономика  
Профиль подготовки / Международные корпоративные финансы (на английском  
Магистерская программа языке)

---

---

Квалификация (степень) Магистр  
выпускника

---

Москва – 2013

## *I. Организационно-методический раздел*

### Цель дисциплины

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по направлению «Экономика» программы «Международные корпоративные финансы (на английском языке)». Основная цель учебной дисциплины состоит в овладении принципами и методами управления PR и GR коммуникациями при поддержке текущих и перспективных стратегий развития предпринимательских структур в условиях быстроменяющейся среды, принятия стратегических и тактических (оперативных) решений в рамках понимания условий и возможностей эффективной организации и управления PR и GR коммуникациями.

### Задачи дисциплины

При преподавании учебной дисциплины «Связи с общественностью (PR) и с государственными органами (GR)» последовательно решаются следующие задачи:

-отработка знаний, умений и навыков подготовки и принятия решений в области управления PR и GR коммуникациями на уровне отдельных стратегических направлений развития предпринимательской структуры, целевых покупательских групп, отдельных участников коммуникативного процесса;

-отработка знаний, умений и навыков подготовки и принятия решений в области управления PR и GR коммуникациями на уровне отдельных инструментов стратегического бизнес-планирования, специфичного для современной быстроменяющейся среды;

-отработка знаний, умений и навыков в решении вопросов организации, планирования и контроля результатов осуществления PR и GR коммуникаций по критерию достижения целей выбранной коммуникационной стратегии развития предпринимательской структуры.

### Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Учебная дисциплина «Связи с общественностью (PR) и с государственными органами (GR)» формирует следующие компетенции, которыми должен обладать выпускник по направлению подготовки «Экономика» с квалификацией (степенью) «магистр» в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы:

ОК-2 - способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;

ОК-3 – способность самостоятельно приобретать (в том числе с помощью информационных технологий) и использовать в практической деятельности новые знания и умения, включая новые области знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности;

ОК-5 - способность свободно пользоваться иностранными языками, как средством профессионального общения;

ОК-6 - владеть навыками публичной и научной речи;

ПК-1 - способность обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований;

ПК-2 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;

ПК-3 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;

ПК-4 - способность представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада;

ПК-9 – способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов;

ПК-11 - способность руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти;

В результате освоения компетенций магистр должен:

**ЗНАТЬ:**

- основные теоретические и методологические положения концепций и стратегий управления PR и GR коммуникациями в рамках коммуникационной политики предпринимательской структуры;

**УМЕТЬ:**

- использовать современные технологии, методические приемы и процедуры разработки, принятия и реализации PR и GR коммуникаций в соответствии с оценкой современного состояния предпринимательской структуры; организации PR и GR деятельности для повышения эффективности реализации выбранной коммуникационной стратегии развития предпринимательской структуры; планирования, координации и контроля результатов PR и GR коммуникаций с использованием современных IT-технологий для повышения эффективности продвижения и развития предпринимательской структуры, действующей в условиях быстроменяющейся рыночной среды;

**ВЛАДЕТЬ:**

- навыками подготовки организационно-экономического обоснования реализуемых PR и GR коммуникаций в соответствии с пониманием перспектив развития предпринимательской структуры и условий и возможностей организации эффективной коммуникативной деятельности, предоставляемых быстроменяющейся рыночной средой и научно-техническим прогрессом в области совершенствования средств коммуникации.

Формы контроля.

Контроль за освоением дисциплины осуществляется следующим образом.

*Текущий контроль* осуществляется лектором и преподавателем, ведущим практические занятия, в виде:

- письменного опроса по материалам лекционных занятий;
- письменных домашних заданий;
- написания эссе, в том числе по первоисточникам на иностранных языках;
- подготовки докладов, рефератов, выступлений;
- подготовки отчетов, групповых и индивидуальных проектов;

Итоговый контроль:

- зачет в 3 семестре: в устной форме.

## II. Содержание курса

### Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
1	Организация PR – деятельности предпринимательских структур. Методологические и методиче-	Общие принципы построения PR - деятельности предприятия. Стратегическое планирование PR – деятельности в рамках коммуникационной деятельности предприятия. Построение медиа - ри-	ОК – 6; ПК – 2; ПК - 11	Студент должен знать основные PR инструменты и способы их эффективного применения для построения коммуникационной политики. Студент должен уметь использовать	Групповая дискуссия по вопросам разработки и реализации GR коммуникаций предприятий в современных эконо-

	ские принципы построения медиа – рилейшнз. Формы и методы взаимодействия со СМИ с целью разработки долгосрочной стратегии сотрудничества. Особенности разработки и производства PR – материалов предпринимательских структур. Структурные особенности организации PR – службы коммерческой структуры.	лейшнз. Общие правила подготовки PR – материалов для различных типов информационных поводов. Планирование и аудит результатов осуществления PR коммуникаций. Планирование средств осуществления PR коммуникаций. Основные инструменты для построения рациональных взаимодействий со стратегическими и текущими партнерами предприятия. Нестандартные методы осуществления PR коммуникаций.		современные технологии, методические приемы и процедуры планирования, координации и контроля результатов осуществления PR коммуникаций. Студент должен владеть основными навыками подготовки и размещения в современных СМИ различных типов PR – материалов предпринимательских структур. Студент должен владеть навыками подготовки организационно-экономического обоснования реализуемых PR коммуникаций.	мических условиях
2	Мониторинг и контроль результатов PR коммуникаций по критериям достижения целей и задач поддержки предпринимательской структуры. Разработка методологии непрерывного консультирование руководства	Основные процедуры мониторинга и контроля PR коммуникаций. Стратегия создания специализированных структур по работе с инвесторами (IR) и выбор способа раскрытия информации, организация работы со спикером по вопросам комментирования развития предприятия или организации. Способы оценки эффективности, осуществления PR коммуникаций. Основные направле-	ОК – 2; ПК – 3; ПК - 9	Студент должен знать методы, механизмы и модели оценки эффективности PR - деятельности предприятий. Студент должен уметь определять перспективы развития предприятия, условия и возможности организации его эффективной работы со СМИ в рамках осуществления PR – кампаний в условиях быстроменяющейся рыночной среды и научно-техническим прогрессом	Разбор конкретных ситуаций в области выбора между альтернативными вариантами осуществления GR коммуникаций для предприятий, организаций различного масштаба и отраслей деятельности

	<p>предпринимательской структуры по тактике и стратегии управления PR коммуникациями. Стратегия и тактика создания в предпринимательской структуре службы работы с инвесторами (IR - коммуникации).</p>	<p>ния повышения эффективности PR – деятельности предприятий.</p>		<p>Студент должен владеть навыками использования современных ИТ-технологий и систем показателей в PR - деятельности для повышения устойчивости развития предприятия, действующего в условиях быстроменяющейся рыночной среды.</p>	
3	<p>Методология исследования и практический аспект построения GR-коммуникаций. Основные подходы к разработке и реализации стратегий построения GR-коммуникаций для предпринимательских структур в условиях быстроменяющейся рыночной среды.</p>	<p>GR коммуникации с точки зрения предприятия и органов государственного управления – отличия от привычной коммуникативной деятельности и особенности реализации GR коммуникаций. Природа возникновения GR-коммуникаций - современный взгляд. Примеры GR коммуникаций из Российской практики: интерес предприятий и органов государственного управления как необходимое условие развития отечественного бизнеса.</p>	<p>ОК – 3; ПК - 1</p>	<p>Студент должен знать основные теоретические и методологические положения концепций и стратегий осуществления GR коммуникаций. Студент должен уметь использовать методологию исследования и реализовывать практические аспекты построения GR-коммуникаций. Студент должен владеть навыками разработки и реализации GR коммуникаций предприятий в современных экономических условиях.</p>	<p>Внеаудиторная работа с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в области обоснования и реализации PR коммуникаций в аспекте различных ситуаций взаимодействий со СМИ для предприятий или организаций</p>
4	<p>Основные парадигмы организации и управления GR коммуникациями в их</p>	<p>Что нужно создать внутри предприятия для успеха GR коммуникаций. Зачем нужна стратегия разработки и реализации GR коммуни-</p>	<p>ОК -5; ПК – 4</p>	<p>Студент должен знать принципы, методы и механизмы оценки современного состояния предприятия для целей разработки и реали-</p>	<p>Разбор конкретных ситуаций выбора PR коммуникаций, приглашение экспертов в</p>

	<p>связи и во взаимообусловленности со стратегиями развития предпринимательской структуры. Формирование и обеспечение работы специализированных служб предпринимательской структуры по реализации технологии GR-взаимодействий с федеральными, региональными и муниципальными органами власти</p>	<p>каций и стоит ли тратить на нее время и средства. Что можно и нужно делегировать подчиненным, и чего - нельзя. Взаимодействие с органами государственного управления - подводные камни для осуществления GR коммуникаций. Как составить задание для разработки концепции и программы GR коммуникаций? Возможности управления GR коммуникациями для предприятий различных сфер.</p>		<p>зации GR коммуникаций. Студент должен уметь использовать современные технологии, методические приемы и процедуры разработки, принятия и реализации GR коммуникаций. Студент должен владеть навыками эффективного осуществления коммуникативной деятельности для поддержки выбранной стратегии осуществления GR коммуникаций.</p>	<p>области организации подобных PR коммуникаций для предприятий и организаций различных сфер (например, розничной торговли)</p>
					<p>Групповая дискуссия по вопросам разработки и реализации GR коммуникаций предприятий в современных экономических условиях</p>
					<p>Разбор конкретных ситуаций в области выбора между альтернативными вариантами осуществления GR комму-</p>

					никаций для предприятий, организаций различного масштаба и отраслей деятельности
--	--	--	--	--	--

*Трудоемкость дисциплины и форма контроля*

Аудиторная нагрузка	20 часов
Самостоятельная работа	52 часа
Форма отчета	Зачет

Составитель: к.э.н., доцент кафедры реклама Головина В. В.

Рецензент: доцент кафедры «Корпоративное управление» ФАОУ ДПО ГАСИС А.В. Чудаев, к.э.н., доцент  
доцент кафедры «Маркетинг» ФГБОУ ВПО «РЭУ имени Г.В. Плеханова» Т.В. Муртузалиева, к.э.н., доцент

