

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»
кафедра Высшая аграрная школа

УТВЕРЖДАЮ

Декан Высшей аграрной школы



Белова С.Н.

2023 г.

рабочая программа дисциплины (модуля)

Технологии GR-деятельности в России

Учебный план	oz42.04.01-23-1MP.plx	
Квалификация	42.04.01 Реклама и связи с общественностью Магистр	
Форма обучения	очно-заочная	
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачет - 5
контактная работа	18	
самостоятельная работа	54	
часы на контроль		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Неделя	15			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Семинарские занятия	8	8	8	8
Консультации	2	2	2	2
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	18	18	18	18
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	72	72	72	72

Кемерово 2023 г.

Программу составил(и):

канд.полит.наук, доц., Митин Александр Александрович



Рабочая программа дисциплины

Технологии GR-деятельности в России

разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

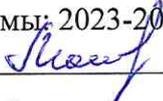
утвержденного учёным советом вуза от 16.02.2023 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

НИЛ политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

Протокол №1 от 01 марта 2023 г.

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. лабораторий  Матвеева Е.В.

Рабочая программа одобрена и утверждена комиссией
экспертного совета высшей аграрной школы

Протокол № 5 от 20 марта 2023 г.

Председатель комиссии



Белова С.Н.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры высшая аграрная школа

Протокол № ____ от _____ 2024 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

подпись

расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры высшая аграрная школа

Протокол № ____ от _____ 2025 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

подпись

расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры высшая аграрная школа

Протокол № ____ от _____ 2026 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

подпись

расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры высшая аграрная школа

Протокол № ____ от _____ 2027 г.

Зав. кафедрой Высшая аграрная школа

подпись

расшифровка

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины - подготовка специалистов, способных анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, разрабатывать и внедрять на практике технологии GR-деятельности по продвижению веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Задачи дисциплины:

- применять технологии организации публичных мероприятия онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур;
- использовать навыки позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА

Цикл (раздел) ОП:	
2.1	Входной уровень знаний:
2.1.1	Взаимодействие пресс-служб муниципалитетов и информационных редакций ТВ
2.1.2	Копирайтинг и редактирование текстов интернет-изданий
2.1.3	Профессиональная стилистика и веб-дизайн в работе с интернет-изданиями
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Научно-исследовательская работа
2.2.2	Преддипломная практика
2.2.3	Управление медиапроектами

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2.3: Владеет навыками позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики

Знать:

Уровень 1	понятие имиджа и репутации, представление коммуникационной кампании как проекта, виды коммуникационных практик, интегрированные кампании, современные инструменты и каналы коммуникации, их роль в коммуникационной стратегии
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	формировать позиционирование бренда, ключевое сообщение, определять набор инструментов и каналов коммуникации в сети Интернет, разрабатывать коммуникационную стратегию
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	навыками позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики
-----------	---

ОПК-5.3: Использует технологии организации публичных мероприятия онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур

Знать:

Уровень 1	правовые и этические нормы регулирования коммуникаций
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	организовать эффективные онлайн и офлайн медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	технологиями организации публичных мероприятия онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур
-----------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- правовые и этические нормы регулирования коммуникаций;
3.1.2	- понятие имиджа и репутации, представление коммуникационной кампании как проекта, виды коммуникационных практик, интегрированные кампании, современные инструменты и каналы коммуникации, их роль в коммуникационной стратегии.
3.2	Уметь:
3.2.1	- организовать эффективные онлайн и офлайн медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью;

3.2.2	- формировать позиционирование бренда, ключевое сообщение, определять набор инструментов и каналов коммуникации в сети Интернет, разрабатывать коммуникационную стратегию.
3.3 Владеть:	
3.3.1	- технологиями организации публичных мероприятий онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур;
3.3.2	- навыками позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код зан.	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Уровень сформ-ти комп.	Акт. и инт. формы обуч-я.	Литература	Формы контроля
	Раздел 1. Механизмы и технологии GR-деятельности							
1.1	1.1 GR-стратегия организации /Лек/	5	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.2	1.1 GR-стратегия организации /Сем зан/	5	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.3	1.1 GR-стратегия организации /Ср/	5	13	ОПК-5.3	ОПК-5(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.4	1.2 Коммуникационные механизмы и технологии GR-деятельности /Лек/	5	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.5	1.2 Коммуникационные механизмы и технологии GR-деятельности /Сем зан/	5	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.6	1.2 Коммуникационные механизмы и технологии GR-деятельности /Ср/	5	13	ОПК-5.3	ОПК-5(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
	Раздел 2. GR и медийное пространство. Формирование событий							
2.1	2.1 Комплекс технологий медиарелейшнз и функции GR-специалиста /Лек/	5	2	ПК-2.3	ОПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.2	2.1 Комплекс технологий медиарелейшнз и функции GR-специалиста /Сем зан/	5	2	ПК-2.3	ОПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.3	2.1 Комплекс технологий медиарелейшнз и функции GR-специалиста /Ср/	5	13	ПК-2.3	ОПК-2(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.4	2.2 Паблицити и распространение информации /Лек/	5	2	ПК-2.3	ОПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.5	2.2 Паблицити и распространение информации /Сем зан/	5	2	ПК-2.3	ОПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.6	2.2 Паблицити и распространение информации /Ср/	5	15	ПК-2.3	ОПК-2(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.7	/Конс/	5	2	ПК-2.3 ОПК-5.3	ОПК-2(3) ОПК-5(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.8	/Зачёт/	5	0	ПК-2.3 ОПК-5.3	ОПК-2(3) ОПК-5(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Вопросы к зачету:

1. Понятие Government Relations. Место GR в системе коммуникативного менеджмента.
2. Особенности GR как формы интегрированных коммуникаций. GR и PA (Public Affairs): сходства и различия. GR и PR: сходства и различия. GR и Advocacy: сходства и различия.
3. Методология исследования GR-деятельности. Основные направления GR-деятельности.
4. Информационный GR: формы и виды. Информационно-консультативное сопровождение как вид GR-деятельности.
5. Аналитическое сопровождение как вид GR-деятельности.
6. Особенности коммуникации с органами государственной власти (законодательными, исполнительными) и местного самоуправления.
7. Особенности коммуникации со стейкхолдерами.
8. Event-деятельность в рамках GR. Media-relations и GR-деятельность. Имиджевые функции GR.
9. Социальная ответственность как вид GR-деятельности.
10. Лоббистская деятельность как направление GR-коммуникации: основные характеристики. «Прямой» лоббизм vs. «непрямой» лоббизм.
11. Литигация как форма лоббистской деятельности.
12. Grass-rooting как форма лоббистской деятельности.
13. «Пропагандистские» технологии лоббизма.
14. GR-деятельности в контексте избирательного процесса.
15. Неконвенциональные технологии лоббистской деятельности (astroturfing, коррупционные схемы).
16. Понятие контрагент. Понятие "стейкхолдер". Группы интересов как политические акторы.
17. Плюрализм как модель функционального представительства. Корпоратизм (неокорпоративизм) как модель политического представительства. "Сетевая" (networking) модель функционального представительства.
18. Клиентелизм как модель функционального представительства.
19. Элитистский подход к политическому представительству. "
20. "Вращающиеся двери" (revolving-doors) в политическом представительстве интересов.
21. Технологии политического представительства интересов (литигация, grass-roots, пропаганда).
22. Особенности организации и осуществления GR-деятельности в России. Специфика функционирования системы органов государственной власти местного самоуправления в России. Стейкхолдеры в России.
23. Особенности применения технологий GR в России.
24. Специфика GR-коммуникации представительских организаций бизнеса в России (РСПП, «Деловая Россия», ОПОРА России, ТПП РФ, отраслевые союзы).
25. Этические кодексы в российском GR.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

6.1 Перечень программного обеспечения

Офисный пакет LibreOffice
Браузер Mozilla Firefox

6.2 Перечень информационных справочных систем

"Консультант Плюс" - законодательство РФ
ЭБС "Земля знаний"

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Номер ауд.	Назначение	Оборудование и ПО	Вид занятия
1214	Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Специализированная мебель: столы ученические – 30 шт., стол преподавателя – 1 шт., стулья – 31 шт. Технические средства обучения: ноутбук – 1 шт., доска маркерная – 1 шт., учебно-наглядные пособия.	
1102	Помещение для самостоятельной работы с выходом в сеть "Интернет" и доступом в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО Кузбасская ГСХА	столы ученические – 37 шт., стулья – 74. ПК Системный блок А – 12 шт.	

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Рекомендуемая литература

8.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Е. Л. Головлева	Корпоративные коммуникации: история и современность : Учебник	Москва : МосГУ, 2021
Л1.2	А. Н. Чумиков	Коммуникационные кампании : Учебное пособие	Москва : Аспект Пресс, 2014
8.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	составители: Д. В. Сосунов	Принятие политических решений : Учебно-методическое пособие	Воронеж : ВГУ, 2017
Л2.2	М. И. Бычков	Работа с данными в ADO.NET : Учебное пособие	Новосибирск : НГТУ, 2021

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

--

