

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебной и методической работе

(подпись) Е.А. Каменева
«20» апреля 2023г.

Вафин А.М.

Технологии цифровых коммуникаций в PR и GR

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент,
ОП «Маркетинг»

*Рекомендовано Ученым советом
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 31 от 18.04.2023 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научного
Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 7 от 20.03.2023 г.)*

Москва 2023

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

Вафин А.М.

Технологии цифровых коммуникаций в PR и GR

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент,
ОП «Маркетинг»

Москва 2023

1 . Наименование дисциплины

«Технологии цифровых коммуникаций в PR и GR»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-10	Владение методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей, применяя для анализа, моделирования и поддержки принятия решений современные информационные технологии и программные средства, включая инструменты бизнес-аналитики, обработки и анализа данных	1. Использует методы получения информации, ее анализа для построения моделей и интерпретации результатов моделирования	знать: методы получения информации, ее анализа для построения моделей уметь: применять в профессиональной деятельности методы получения информации, ее анализа для построения моделей и интерпретации результатов моделирования
		2. Применяет приемы классификации и выбора подходящих измерительных шкал при описании организационных систем, происходящих в них процессов и явлений	знать: приемы классификации и выбора подходящих измерительных шкал уметь: применять приемы классификации и выбора подходящих измерительных шкал при описании организационных систем, происходящих в них процессов и явлений
		3. Использует навыки организации и проведения качественных и количественных исследований анализа информации, подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг	знать: организации и проведения качественных и количественных исследований анализа информации уметь: применять навыки организации и проведения качественных и количественных исследований анализа информации, подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг
ПКП-5	Способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации	1. Применяет современные подходы при сравнении нескольких вариантов решений при разработке коммуникационных систем, выбирая лучший вариант	знать: современные подходы к разработке коммуникационных систем уметь: современные подходы при сравнении нескольких вариантов решений при разработке коммуникационных систем, выбирая лучший вариант
		2. Демонстрирует навыки в управлении рекламным бюджетом организации	знать: основные принципы и подходы к управлению рекламным бюджетом организации уметь: управлять рекламным бюджетом организации

	и управлять брендами	3. Интегрирует различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций	знать: различные средства продвижения товаров уметь: интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций
		4. Формирует имидж организации	знать: способы и особенности формирования имиджа организации уметь: формировать имидж организации
		5. Применяет современные модели развития и управления брендом организации	знать: современные модели развития и управления брендом организации уметь: использовать современные модели развития и управления брендом организации

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии цифровых коммуникаций в PR и GR» является дисциплиной по выбору входит в цикл. для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, ОП «Маркетинг».

Дисциплина «Технологии цифровых коммуникаций в PR и GR» дает студентам возможность расширить кругозор, выработать аналитические навыки, необходимые для решения в будущем профессиональных задач.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Очная, очно-заочная форма обучения

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	34	34
Лекции	16	16
Семинары, практические занятия	18	18
Самостоятельная работа	74	74
<i>Вид текущего контроля</i>	домашнее творческое задание	домашнее творческое задание
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

Очно-заочная форма обучения (ИОО)

Таблица 2

Вид учебной работы по дисциплине	Всего	Семестр 8 (в часах)
----------------------------------	-------	---------------------

Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	16	16
Лекции	8	8
Семинары, практические занятия	8	8
Самостоятельная работа	92	92
<i>Вид текущего контроля</i>	Контрольная работа, домашнее творческое задание	Контрольная работа, домашнее творческое задание
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Связи с общественностью и связи с госорганами в контексте цифровых коммуникаций

Традиционные связи с общественностью и связи с госорганами в сфере коммуникаций. Подходы в понимании связей с общественностью и связей с госорганами. Связи с общественностью, связи с госорганами и политика. Связи с общественностью, связи с госорганами и государственное управление. Специфика лоббизма. Связи с общественностью в цифровой среде: инструменты и стратегии. Связи с госорганами в цифровой среде: возможности и ограничения. Цифровизация в России и зарубежных странах. Правовые возможности и ограничения. Роль общественных институтов и бизнес-структур в развитии цифрового общества. Преимущества и риски цифровизации.

Тема 2. Субъекты и объекты связей с общественностью и связей с госорганами в контексте коммуникаций

Власть, бизнес и общество как субъект и объект воздействий инструментов связей с общественностью и связей с госорганами. Цифровые технологии в руках рядового пользователя как инструмент воздействия на лиц, принимающих решения (ЛПР). Мессенджеры и деловые чаты как сетевые инструменты неформальных коммуникаций. Роль новых медиа в диалоге власти, бизнеса и общества.

Тема 3. Инструменты исследования связей с общественностью и связей с госорганами в контексте коммуникаций

Классические коммуникационные, социологические и политологические теории в исследовании связей с общественностью и связей с госорганами. Адаптация традиционной гуманитарной науки к цифровой среде. Новые возможности социальных исследований: Интернет, «большие данные». Прикладные методы исследования поведения политических акторов и ЛПР. Анализ общественного мнения. Ситуативный срез конфликтных ситуаций, мониторинг и оценка. Инструменты анализа в бизнес- и госучреждениях. Вопросы системности и несистемности аналитической работы, аппаратной совместимости цифровых продуктов.

Тема 4. Технологии связей с общественностью и связей с госорганами

Основные этапы работы по связям с общественностью и связям с госорганами. Воздействие на ЛПР с помощью экспертного сообщества (традиционные и цифровые способы). Социальная ответственность бизнеса перед обществом. Поддержка политической деятельности в цифровой среде. Использование блогеров и лидеров мнений. Правовые основы работы в Интернете. Неэтичные технологии: «астротурфинг», «зеленый камуфляж», «сокпаппетинг» («ботоводство»).

Тема 5. Модели использования цифровых СМИ и Интернета

Роль информации в принятии решений. СМИ как ключевой инструмент распространения информации. Медиастратегии. Применение технологий связей с общественностью в социальных сетях. «ЭСЭМЭМ» как инструмент связей с общественностью и связей с госорганами. Продвижение ключевых идей и тем в Интернете и СМИ.

Тема 6. Этика специалиста по связям с общественностью и связям с госорганами

Базовые понятия этики, морали, нравственности. Этические кодексы пиарщиков и джиарщиков разных стран. Нормы поведения в цифровой среде.

Столкновение культур за столом переговоров. Публичные и кулуарные взаимодействия. Профилактика коррупции.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 2

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа – Аудиторная работа			Самост оательн ая работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практическ ие занятия		
1.	Тема 1. Связи с общественностью и связи с госорганами в контексте цифровых коммуникаций	28	8/4	6/2	2/2	20/24	Анализ случаев, дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
2.	Тема 2. Субъекты и объекты связей с общественностью и связей с госорганами в контексте коммуникаций	10	4/2	2/2	2/0	6/8	Презентация, Анализ случаев, дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
3.	Тема 3. Инструменты исследования связей с общественностью и связей с госорганами в контексте коммуникаций	18	6/0	2/0	4/0	12/18	Презентация, Анализ случаев, дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
4.	Тема 4. Технологии связей с общественностью и связей с госорганами	22	6/2	2/0	4/2	16/20	Презентация, Анализ случаев, дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
5.	Тема 5. Модели использования цифровых СМИ и Интернета	22	6/4	2	4/2	16/18	Презентация, Анализ случаев, дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
6.	Тема 6. Этика специалиста по связям с общественностью и связям с госорганами	8	4	2	2	4	Презентация, Анализ случаев, дискуссия, групповые упражнения,

							творческие задания
	В целом по дисциплине	108	34/16	16/8	18/8	74/92	Согласно учебному плану: домашнее творческое задание, контрольная работа
	Итого в %		31/15%	47/50%	53/50%	69/85%	

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Тема 1. Связи с общественностью и связи с госорганами в контексте цифровых коммуникаций	1. Традиционные связи с общественностью и связи с госорганами в сфере коммуникаций. 2. Подходы в понимании связей с общественностью и связей с госорганами. 3. Применение связей с общественностью в политике. Специфика их применения по отношению к госорганам. 4. Специфика лоббизма. 5. Пиар в цифровой среде: инструменты и стратегии. 6. Джиар в цифровой среде: возможности и ограничения. 7. Цифровизация в России и зарубежных странах. Правовые возможности и ограничения. 8. Роль общественных институтов и бизнес-структур в развитии цифрового общества. 9. Преимущества и риски цифровизации. Рекомендуемые источники из раздела 8, 9: все источники	Анализ случаев, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
Тема 2. Субъекты и объекты связей с общественностью и связей с госорганами в контексте коммуникаций	1. Власть, бизнес и общество как субъект и объект воздействий инструментов связей с общественностью и связей с госорганами. Диалектика символической власти. 2. Цифровые технологии в руках рядового пользователя как инструмент воздействия на лиц, принимающих решения (ЛПР). 3. Мессенджеры и деловые чаты как сетевые инструменты неформальных коммуникаций. 4. Роль новых медиа в триалоге власти, бизнеса и общества. Концепция триалога в социально-политическом контексте. Сглаживание углов в коммуникации акторов с различными интересами. Рекомендуемые источники из раздела 8, 9: все источники	Анализ случаев, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
Тема 3. Инструменты исследования связей с общественностью и связей с госорганами в	1. Классические коммуникационные, социологические и политологические теории в исследовании связей с общественностью и связей с госорганами. 2. Адаптация традиционной гуманитарной науки к цифровой среде. Новые возможности социальных исследований: Интернет, «большие данные». 3. Прикладные методы исследования поведения политических акторов и ЛПР. Анализ общественного мнения.	Анализ случаев, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания

контексте коммуникаций	4. Ситуативный срез конфликтных ситуаций, мониторинг и оценка. 5. Инструменты анализа в бизнесе и госучреждениях. 6. Вопросы системности и несистемности аналитической работы, аппаратной совместимости цифровых продуктов. Рекомендуемые источники из раздела 8, 9: все источники	
Тема 4. Технологии связей с общественностью и связей с госорганами	1. Основные этапы пиар и джиар-деятельности. 2. Воздействие на ЛПР с помощью экспертного сообщества (традиционные и цифровые способы). 3. Социальная ответственность бизнеса перед обществом. 4. Поддержка политической деятельности в цифровой среде. Использование блогеров и лидеров мнений. 5. Правовые основы работы в Интернете. 6. Неэтичные технологии: «астротурфинг», «зеленый камуфляж», «соклаппетинг» («ботоводство»). Рекомендуемые источники из раздела 8, 9: все источники	Анализ случаев, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
Тема 5. Модели использования цифровых СМИ и Интернета	1. Роль информации в принятии решений. 2. СМИ как ключевой инструмент распространения информации. 3. Медиастратегии в пиар и джиар-работе. 4. Применение технологий связей с общественностью в социальных сетях. 5. «ЭСЭМЭМ» как инструмент связей с общественностью и связей с госорганами. 6. Продвижение ключевых идей и тем в Интернете и СМИ. Рекомендуемые источники из раздела 8, 9: все источники	Анализ случаев, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания
Тема 6. Этика специалиста по связям с общественностью и связям с госорганами	1. Базовые понятия этики, морали, нравственности. 2. Этические кодексы специалистов по связям с общественностью и связям с госорганами разных стран. 3. Нормы поведения в цифровой среде. 4. Столкновение культур за столом переговоров. 5. Публичные и кулуарные взаимодействия. 6. Профилактика коррупции. Рекомендуемые источники из раздела 8, 9: все источники	Анализ случаев, групповая дискуссия, групповые упражнения, творческие задания

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Связи с общественностью и связи с госорганами в	1. Современные исследования цифровой среды 2. Состояние передовых технологий	- работа с учебной, научной и справочной литературой - анализ статей из таких изданий, как Власть, Полис, Journal of Political

контексте цифровых коммуникаций	3. Исследование и анализ применения цифровых технологий в пиар и джиар 4. Анализ российского и зарубежного законодательства по регулированию цифровой политики	Marketing, Journal of Public Administration Research and Theory - подготовка сообщения для дискуссии по теме - поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме
Тема 2. Субъекты и объекты связей с общественностью и связей с госорганами в контексте коммуникаций	1. Философские и научные данные о природе субъектов и объектов 2. Диалектика господина и раба (Г. Гегель) в контексте цифровизации 3. Неандерталец из Тик-Тока (О. Гаман-Голутвина) versus социально-цифровой хакер	- работа с учебной, научной и справочной литературой - анализ статей из таких изданий, как Journal of Political Marketing, Journal of Public Administration Research and Theory - подготовка сообщения для дискуссии по теме - поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме
Тема 3. Инструменты исследования связей с общественностью и связей с госорганами в контексте коммуникаций	1. Основные инструменты анализа в коммуникационных исследованиях 2. Основные инструменты анализа в социологических исследованиях 3. Основные инструменты анализа в политологических исследованиях 4. Основные инструменты анализа в психологических исследованиях	- работа с учебной, научной и справочной литературой - анализ статей из таких изданий, как Journal of Political Marketing, Journal of Public Administration Research and Theory - подготовка сообщения для дискуссии по теме - поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме
Тема 4. Технологии связей с общественностью и связей с госорганами	1. Общее и особенное в связях с общественностью и связях с госорганами 2. Специфика лоббистских технологий 3. Стратегическая филантропия 4. Социальная ответственность бизнеса 5. Примеры этических и неэтических приемов связей с общественностью в Интернете	- работа с учебной, научной и справочной литературой - анализ статей из таких изданий, как Journal of Political Marketing, Journal of Public Administration Research and Theory - подготовка сообщения для дискуссии по теме - поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме
Тема 5. Модели использования цифровых СМИ и Интернета	1. Роль цифровых СМИ в принятии государственных решений 2. Функции цифровых СМИ в контексте политики и государственного управления 3. Медиастратегии в пиар и джиар-работе в России и зарубежных странах 4. Роль социальных сетей в воздействии на принятие решений	- работа с учебной, научной и справочной литературой - анализ статей из таких изданий, как Journal of Political Marketing, Journal of Public Administration Research and Theory - подготовка сообщения для дискуссии по теме
Тема 6. Этика специалиста по связям с общественностью и связям с госорганами	1. Философы об этике: от Аристотеля до Макиавелли, от Лео Штрауса до Майкла Сэндела 2. Этические кодексы пиарщиков, джиарщиков, лоббистов разных стран 3. Нормы поведения в Интернете в разных странах: допустимое, неприемлемое и табуированное	- работа с учебной, научной и справочной литературой - анализ статей из таких изданий, как Journal of Political Marketing, Journal of Public Administration Research and Theory - подготовка сообщения для дискуссии по теме - поиск информации по рекомендованным источникам в Интернет по заданной теме

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерные темы домашнего творческого задания

1. Опишите основные инструменты PR в цифровой среде.
2. Опишите основные стратегии PR в цифровой среде.
3. Опишите роль новых медиа в диалоге власти, бизнеса и общества
4. Опишите классические коммуникационные теории в исследовании связей с общественностью и связей с госорганами.
5. Опишите классические социологические теории в исследовании связей с общественностью и связей с госорганами.
6. Опишите классические политологические теории в исследовании связей с общественностью и связей с госорганами.
7. Опишите власть как субъект и объект воздействий инструментов связей с общественностью и связей с госорганами.
8. Опишите бизнес как субъект и объект воздействий инструментов связей с общественностью и связей с госорганами.
9. Опишите общество как субъект и объект воздействий инструментов связей с общественностью и связей с госорганами.
10. Дайте характеристику основных инструментов анализа в коммуникационных исследованиях.
11. Дайте характеристику основных инструментов анализа в социологических исследованиях.
12. Дайте характеристику основных инструментов анализа в политологических исследованиях.
13. Дайте характеристику основных инструментов анализа в психологических исследованиях.
14. Опишите правовые основы работы в Интернете.
15. Дайте сравнительную характеристику этических кодексов джигарщиков разных стран.
16. Дайте сравнительную характеристику этических кодексов лоббистов разных стран.

17. Дайте сравнительную характеристику этических кодексов пиарщиков разных стран.
18. Опишите допустимые нормы поведения в Интернете в разных странах (на выбор).
19. Опишите неприемлемое поведение в Интернете в разных странах (на выбор).
20. Опишите табуированное поведение в Интернете в разных странах (на выбор).

Примерные темы контрольной работы

Контрольная работа направлена на выявление понимания терминологического аппарата и ключевых слов студентами.

1. Связи с общественностью
2. Связи с госорганами
3. Лоббизм
4. Полиси
5. Политикс
6. Полити
7. Политическое администрирование
8. Цифровизация
9. Цифровая среда
10. Парламентаризм
11. Правительство
12. Органы власти
13. Актор
14. Имидж
15. «ЭСЭМЭМ»
16. Деловая репутация
17. Деловая этика
18. Адвокация
19. Политическая партия
20. Лица, принимающие решение (ЛПР)
21. «Астротурфинг»

- 22.«Зеленый камуфляж»
- 23.«Сокпаппетинг»
- 24.«Грасрутс»
- 25.Медиастратегия
- 26.Политический маркетинг
- 27.Правовое регулирование
- 28.Манипуляция общественным сознанием
- 29.Манипуляция экспертным мнением
- 30.Коррупция
- 31.Политическое консультирование
- 32.Консультирование в сфере связей с общественностью
- 33.Консультирование в сфере связей с госорганами
- 34.Государственное регулирование
- 35.Публичный дискурс

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе «2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примеры оценочных средств для проверки компетенций, формируемых дисциплиной

Таблица 5

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
Владение методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей, применяя для анализа, моделирования и поддержки принятия решений современные информационные технологии и программные средства, включая инструменты бизнес-аналитики, обработки и анализа данных (ПКН-10)	1. Использует методы получения информации, ее анализа для построения моделей и интерпретации результатов моделирования	знать: методы получения информации, ее анализа для построения моделей уметь: применять в профессиональной деятельности методы получения информации, ее анализа для построения моделей и интерпретации результатов моделирования	Задача: Групповая работа: подготовить аналитический отчет о состоянии индустрии связей с общественностью на текущий год (страна на выбор).
	2. Применяет приемы классификации и выбора подходящих измерительных шкал при описании организационных систем, происходящих в них процессов и явлений	знать: приемы классификации и выбора подходящих измерительных шкал уметь: применять приемы классификации и выбора подходящих измерительных шкал при описании организационных систем, происходящих в них процессов и явлений	Задача: Провести мини-исследование общественного, бизнес или государственного секторов (на выбор) на предмет GR-потенциала и возможностей взаимодействия с контрагентом.

	3. Использует навыки организации и проведения качественных и количественных исследований анализа информации, подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг	знать: организации и проведения качественных и количественных исследований анализа информации уметь: применять навыки организации и проведения качественных и количественных исследований анализа информации, подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг	Задача: Провести количественный или качественный анализ (на выбор) стратегических целей государства (Россия или любая страна на выбор).
Способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (ПКП-5)	1. Применяет современные подходы при сравнении нескольких вариантов решений при разработке коммуникационных систем, выбирая лучший вариант	знать: современные подходы к разработке коммуникационных систем уметь: современные подходы при сравнении нескольких вариантов решений при разработке коммуникационных систем, выбирая лучший вариант	Задача: Сформулировать способы продвижения позитивного имиджа бизнес-структуры для государственных органов с применением как традиционных методов, так и цифровых.
	2. Демонстрирует навыки в управлении рекламным бюджетом организации	знать: основные принципы и подходы к управлению рекламным бюджетом организации уметь: управлять рекламным бюджетом организации	Задача: Дать три коммуникационных совета для бизнес-деятеля (на выбор).
	3. Интегрирует различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций	знать: различные средства продвижения товаров уметь: интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций	Задача: Сформулировать коммуникационную стратегию для продвижения в «Телеграм».
	4. Формирует имидж организации	знать: способы и особенности формирования имиджа организации уметь: формировать имидж организации	Задача: Групповая работа по теме «Блогеры и лидеры мнений» как инструменты продвижения

			необходимых заказчику месседжей».
	5. Применяет современные модели развития и управления брендом организации	знать: современные модели развития и управления брендом организации уметь: использовать современные модели развития и управления брендом организации	Задача: Проанализировать законодательство страны (на выбор) на предмет регулирования IT-сферы.

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Связи с общественностью и связи с госорганами в контексте цифровизации.
2. Подходы в понимании связей с общественностью и связей с госорганами.
Специфика лоббизма
3. Цифровые технологии как инструмент воздействия на лиц, принимающих решения (ЛПР)
4. Новые медиа как инструменты связей с общественностью и связей с госорганами
5. «Большие данные» в исследовании связей с общественностью и связей с госорганами
6. Новые возможности социальных исследований: Интернет, «большие данные»
7. Системность аналитической работы, аппаратная совместимость цифровых продуктов
8. Несистемность аналитической работы, аппаратная совместимость цифровых продуктов
9. Философские и научные данные о природе субъектов и объектов
10. Стратегическая филантропия
11. Поддержка политической деятельности в цифровой среде
12. Использование блогеров и лидеров мнений
13. Правовые основы работы в Интернете

14. Неэтичные технологии: «астротурфинг», «зеленый камуфляж», «сокпаппетинг» («ботоводство»)
15. Медиастратегии в области связей с общественностью и связей с госорганами
16. «ЭСЭМЭМ» как инструмент связей с общественностью и связей с госорганами
17. Базовые понятия этики, морали, нравственности
18. Нормы поведения в цифровой среде
19. Профилактика коррупции
20. Столкновение культур за столом переговоров.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 438 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511288> (дата обращения: 02.05.2023). — Текст : электронный.
2. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 343 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. — ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904453> (дата обращения: 02.05.2023). — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

3. Никитин, А.С. GR для малого и среднего бизнеса. Версия 2.0. : Научно-практическое издание. — Москва: Проспект, 2017. — 143 с. — 978-5-392-23528-5. - ЭБС Проспект. - URL:http://file.litgid.org/book/allbooks/33654_pdf.pdf. (дата обращения : 02.05.2023). - Текст : электронный.
4. Умаров, М. Ю. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила: Учебное пособие / М. Ю. Умаров. - Москва :Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. - ISBN 978-

5-9614-5746-9. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL:
<https://znanium.com/catalog/product/911712> (дата обращения: 02.06.2023). - Текст :
электронный.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Федеральная ЭБС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – URL: <http://window.edu.ru>
2. Электронные ресурсы БИК:
 - Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
 - Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
 - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
 - Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
 - Образовательная платформа издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
 - Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
 - Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
 - Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
 - Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>
 - Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
 - Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
 - Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
 - Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
 - Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
 - Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
 - JSTOR Arts & Sciences I Collection <http://jstor.org>

- Коллекция книг и научных журналов Oxford University Press
<https://academic.oup.com/journals/>
- Scopus <https://www.scopus.com>
- Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks
<http://link.springer.com/>
- База данных научных журналов издательства Wiley
<https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Электронная библиотека «Русская история» <http://history-lib.ru/>
- Электронная библиотека (электронный читальный зал) Президентской библиотеки им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
- Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)
<https://uisrussia.msu.ru/>
- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины студентам следует руководствоваться Приказом Финансового университета от 11.05.2021 №1040/о «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию и организации самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

Самостоятельная работа – учебная, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и под руководством преподавателя. Самостоятельная работа предполагает усвоение теоретического материала на базе изучения и систематизации материалов первоисточников, монографий, статей, отработку навыков моделирования решений. Преподаватель планирует содержание и объем самостоятельной работы, контролирует результаты самостоятельной работы. Самостоятельная работа включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины предлагается перечень заданий для самостоятельной работы по отдельным темам методические рекомендации разработаны и размещены на образовательном портале.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Контрольная работа направлена на выявление знаний студентов по рассматриваемой теме и степени сформированности компетенций.

Контрольная работа представляет собой аналитический отчет по результатам авторского исследования по заданной тематике. Объем не более 6 листов страницы А4.

Структура отчета включает: введение, где определяется актуальность темы, степень разработанности проблемы, теоретическое обоснование (со ссылками на литературу) и эмпирическое (со ссылками на источники) обоснование и описание замысла исследования. Далее под каждую исследовательскую задачу в основном тексте контрольной работы должен быть составлен отдельный раздел, в конце которого представлены выводы. В заключении автор обобщает полученные выводы в разделах и формулирует развернутый ответ, раскрывающий тему контрольной работы. Завершает работу – список использованной литературы и источников.

Далее разработанная контрольная работа обсуждается на семинаре.

Методические рекомендации по выполнению домашнего творческого задания

Домашнее творческое задание представляет собой работу исследовательского характера.

Целью является подготовка обучающегося к исследовательской деятельности научного, практического характера, а также формирование навыков творческого представления полученных результатов.

Студенты должны продемонстрировать высокую степень самостоятельности, умение логически обрабатывать информацию, сопоставлять и обобщать, сравнивать ее, классифицировать материал по тем или иным признакам, высказывать свое отношение к описываемым явлениям и событиям, давать собственную оценку какой-либо работы.

Домашнее творческое задание выполняется как индивидуально, так и в составе группы. Задание выполняется под научным руководством преподавателя, назначенного департаментом. Материалы при подготовке работы должны

соответствовать научно-методическим требованиям вуза и рекомендациям департамента.

Домашнее творческое задание должно включать:

- описание актуальности темы, цели и задач работы;
- круг рассматриваемых вопросов, варианты их решения;
- результаты анализа используемого материала, их интерпретация и общие выводы.

При выполнении домашнего творческого задания используются современные информационные средства поиска, обработки и анализа информации, базы данных.

Объем домашнего творческого задания должен составлять не более 10 страниц (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 1,5; левое – 3. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Обязательна нумерация страниц – внизу страницы посередине. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Оригинальность текста работы – не менее 75%.

Результаты выполнения задания обсуждаются на семинарских занятиях.

Оценка домашнего творческого задания осуществляется в процессе текущего контроля успеваемости студентов.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows, Microsoft Office.
2. Антивирус Kaspersky

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»

4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используются

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-технические условия проведения лекционных занятий обеспечиваются аудиториями, оснащенными компьютерами на платформе Intel, проекторами, а также маркерными досками.

Материально-технические условия проведения практических занятий обеспечиваются компьютерные классы, оснащенные персональными компьютерами (компьютер, проектор, экран) на платформе Intel (AMD или аналогичной), выделенными серверами на платформе Intel (AMD), объединенные в локальную сеть университета и имеющие доступ к глобальной сети Интернет оборудованных проектором. Презентационная техника.