

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 03.10.2023 15:25:08  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:  
Брызгалова Е.Н.



**АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Мастер-класс «Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур»**

Направление подготовки  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки  
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 4 курса очной формы обучения

Составитель: ст. преподаватель М.Р. Мовсесян

Тверь, 2023

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

**Цель** обучения: получение систематизированных практикоориентированных знаний по функционированию рекламы и связей с общественностью в органах государственной власти.

Цель подразумевает раскрытие **задач**, связанных с общепрофессиональными, теоретическими, методологическими основами дисциплины в деятельности государственных структур, а также обучение технологиям деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью в государственных структурах. Перечень вопросов, подлежащих рассмотрению в мастер-классе: состояние и проблемы государственной службы в России, сущность, задачи и функции PR в сфере государственного управления, эволюция и современные концепции PR, информационная политика российского государства, политика и обратная связь: принципы, институты и механизмы, имидж, репутация, бренд в деятельности органов государственной власти и управления, интегрированные коммуникации в практике государственного управления, маркетинговая поддержка связей с общественностью; реклама и связи с общественностью: проблемы взаимодействия; организация PR – кампаний, задачи PR-службы по защите чести и достоинства, репутации организации: правовой и коммуникативный аспекты; учет и формирование общественного мнения как основная задача PR-деятельности, социальный психоанализ и управление информационными потоками, психология взаимодействия государственных служащих с журналистами. Тренируются навыки информационной работы разных типов в пресс-центрах и пресс-службах, технологии измерения репутационного поля, продвижения бренда (госструктуры) средствами PR и рекламы, работы публичных рилейшнз в условиях конфликтов и кризисов, PR-сопровождения политического проекта, PR - сопровождения национальных проектов, эффективной коммуникации на переговорах, информационных конфликтов между органами государственной власти и СМИ и проблем урегулирования, PR и корпоративной стратегии, психолингвистических средств PR-коммуникации, взаимодействия государственных структур с партиями, взаимодействия государства с профсоюзами и третьим сектором, взаимодействия бизнеса и государства.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Теоретическую базу курса представляют дисциплины: «Теория и практика рекламы», «Теория и практика PR», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Проектирование креативного продукта», «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности», «Политические коммуникации». Место курса «Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур» в учебном

процессе определяется также тем, что он призван формировать конкретно-практические навыки, основанные на знаниях, полученных в рамках других дисциплин профессионального цикла, изучаемых студентами в вузе, подготавливая выпускника к профессиональной деятельности.

### **3. Объем дисциплины:**

**Объем дисциплины:** 3 зачетных единицы, 108 академических часов, в том числе:

**контактная аудиторная работа:** лекции 22 часа, практические занятия 11 часов,

**контактная внеаудиторная работа:** контроль самостоятельной работы 0, в том числе курсовая работа 0;

**самостоятельная работа:** 39 часов, в том числе контроль 36 часов.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

<b>Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
ПК-4. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-4.3. Использует мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – экзамен, 7 семестр.**

**6. Язык преподавания русский.**