

Правительство Российской Федерации  
Санкт-Петербургский государственный университет

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

*учебной дисциплины*

*Особенности PR-сопровождения государственных, муниципальных и корпоративных заказчиков*

*Features of PR-support of state, municipal and corporate customers*

**Язык(и) обучения** *русский*

Трудоёмкость (границы трудоёмкости) в зачетных единицах: 3

Регистрационный номер рабочей программы:

Санкт-Петербург  
2018

## **Раздел 1. Характеристики учебных занятий**

### **1.1. Цель и задачи учебных занятий**

Принятие федеральных законов №223-ФЗ от 18.07.2011 г. «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» и №44-ФЗ от 05.04.2013 г. «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» предполагает государственное регулирование закупочной деятельности организаций государственного сектора, направлено на реформирование всей государственной закупочной системы в нашей стране, построения институциональной базы в сфере государственных и муниципальных закупок, формирования и развития устойчивого, прозрачного и ответственного публичного сектора закупок. Не случайно появление федеральных законов №223-ФЗ и №44-ФЗ происходит в рамках комплексного совершенствования законодательства о государственных закупках, становлении в нашей стране единой контрактной системы.

PR-сопровождение государственных и корпоративных заказчиков в России было и остается одной из наиболее конкурентных сфер коммуникационной отрасли. И особенно это становится заметно в кризис, когда коммуникационные бюджеты снижаются, а значит обостряется борьба между игроками за каждого клиента. Успех деятельности компаний напрямую зависит от знаний со стороны сотрудников правил проведения тендера: чем лучше они усвоены, тем проще угодить заказчику и, соответственно, увеличить финансовые показатели компании.

*Основная цель изучения дисциплины* – формирование представления о специфике закупочной практики в России и за рубежом, оценка практических действий при формировании технического задания и ценообразования со стороны заказчиков в рамках действующего законодательства, а также анализ действий со стороны участников торгов при участии в закупках по PR-сопровождению и рекламно-информационному сопровождению заказчиков.

*Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач:*

- рассмотрение специфики государственных, муниципальных и корпоративных закупок;
- изучение особенностей взаимодействия между заказчиками и исполнителями;
- изучение методов работы исполнителей по PR-сопровождению, информационному и рекламно-информационному сопровождению заказчиков.

### **1.2. Требования к подготовленности обучающегося к освоению содержания учебных занятий (пререквизиты)**

Обучающиеся должны обладать знаниями о нормативно-правовом регулировании своей профессиональной деятельности. Студенты должны также представлять целеполагание и алгоритм действий участников закупок с тем, чтобы в процессе изучения дисциплины «Особенности PR-сопровождения государственных, муниципальных и корпоративных заказчиков» они были способны экстраполировать принципы профессиональной деятельности в сфере закупочной практики.

### **1.3. Перечень результатов обучения (learning outcomes)**

Студент, обучившийся по данной дисциплине, должен:

- знать основные категории и понятия государственных, муниципальных и корпоративных закупок;
- уметь успешно искать, оценивать, обрабатывать и распространять информацию, относящуюся к изучаемой проблематике;

- уметь использовать справочную и научную литературу по тематике решаемых задач;
- владеть методиками оценки информации, навыками ее систематизации, разработки стратегии и тактики работы специалиста по рекламе и связям с общественностью.

#### 1.4. Перечень активных и интерактивных форм учебных занятий

Виды лекций (по способу изложения материала – активные, так как вовлекают в процесс обучения студентов; роль ведущего – у преподавателя; степень активности у разных видов лекций неодинаковая, на практике часто возникает соединение элементов разных видов лекций):

- 1) лекция-беседа,
- 2) лекция-дискуссия,
- 3) лекция-презентация,
- 4) лекция-визуализация,
- 5) лекция с разбором конкретных ситуаций (в основе – кейс-метод),
- 6) мультимедиа-лекции (с использованием интернет-технологий).

### Раздел 2. Организация, структура и содержание учебных занятий

#### 2.1. Организация учебных занятий

##### 2.1.1 Основной курс

| Трудоёмкость, объёмы учебной работы и наполняемость групп обучающихся          |  |          |              |                      |                               |                    |             |                  |  |                     |                                |                             |  |   |              |                              |                                      |
|--|--|----------|--------------|----------------------|-------------------------------|--------------------|-------------|------------------|--|---------------------|--------------------------------|-----------------------------|--|---|--------------|------------------------------|--------------------------------------|
| Период обучения (модуль)   | Контактная работа обучающихся с преподавателем |          |              |                      |                               |                    |             |                  |  |                     | Самостоятельная работа         |                             |  | Объём активных и интерактивных форм учебных занятий | Трудоёмкость |                              |                                      |
|  | лекции   | семинары | консультации | практические занятия | лабораторные работы           | контрольные работы | коллоквиумы | текущий контроль | промежуточная аттестация   | итоговая аттестация | под руководством преподавателя | в присутствии преподавателя | сам. раб. с использованием методических материалов |   |              | текущий контроль (сам. раб.) | промежуточная аттестация (сам. раб.) |
| <b>ОСНОВНАЯ ТРАЕКТОРИЯ</b>   |  |          |              |                      |                               |                    |             |                  |  |                     |                                |                             |  |   |              |                              |                                      |
| <b>очная форма обучения</b>  |  |          |              |                      |                               |                    |             |                  |  |                     |                                |                             |  |   |              |                              |                                      |
| Семестр 5  | 34   |          |              |                      |                               |                    |             |                  | 2  |                     |                                |                             | 62   |   | 10           |                              | 10                                   |
| итого  |  |          |              |                      |                               |                    |             |                  |  |                     |                                |                             |  |   |              |                              |                                      |
| Формы текущего контроля успеваемости, виды промежуточной и итоговой аттестации |  |          |              |                      |                               |                    |             |                  |  |                     |                                |                             |  |   |              |                              |                                      |
| Период обучения (модуль)   | Формы текущего контроля                        |          |              |                      | Виды промежуточной аттестации |                    |             |                  | Виды итоговой аттестации (только для программ итоговой аттестации и дополнительных |                     |                                |                             |  |   |              |                              |                                      |

|                             |              |       |                           |
|-----------------------------|--------------|-------|---------------------------|
|                             | успеваемости |       | образовательных программ) |
| <b>ОСНОВНАЯ ТРАЕКТОРИЯ</b>  |              |       |                           |
| <b>очная форма обучения</b> |              |       |                           |
| Семестр 5                   |              | зачет |                           |

## 2.2. Структура и содержание учебных занятий

**Основной курс    Основная траектория    Очная форма обучения**  
Период обучения (модуль): **Семестр 5**

| № п/п | Наименование темы (раздела, части)   | Вид учебных занятий        | Количество часов |
|-------|--|----------------------------|------------------|
| 1.    | Нормативно-правовая база закупок в России: ГК РФ, 44-ФЗ, 223-ФЗ.   | лекции                     | 2                |
|       |  | по методическим материалам | 6                |
| 2.    | Базовые критерии качества организации закупок.   | лекции                     | 4                |
|       |  | по методическим материалам | 7                |
| 3.    | Сопровождение закупок товаров, работ и услуг закупочных категорий PR & Marketing (Advertising, Marketing, Promotion etc.). | лекции                     | 4                |
|       |  | по методическим материалам | 7                |
| 4.    | Правила описания объекта закупки по PR-сопровождению заказчиков.   | лекции                     | 4                |
|       |  | по методическим материалам | 7                |
| 5.    | Закупки PR-услуг в структуре расходов государственных и муниципальных заказчиков.  | лекции                     | 4                |
|       |  | по методическим материалам | 7                |
| 6.    | Особенности рекламно-информационного и PR сопровождения деятельности корпоративных заказчиков.                             | лекции                     | 4                |
|       |  | по методическим материалам | 7                |
| 7.    | Особенности закупок международных коммуникационных услуг.  | лекции                     | 4                |
|       |  | по методическим материалам | 7                |
| 8.    | Особенности участия в закупках по PR-сопровождению и отчетность по контракту/договору.                                     | лекции                     | 4                |
|       |  | по методическим материалам | 7                |
| 9.    | Государственный и общественный контроль закупок PR-сопровождения: российская и зарубежная практика.                        | лекции                     | 4                |
|       |  | по методическим материалам | 7                |

## Раздел 3. Обеспечение учебных занятий

### 3.1. Методическое обеспечение

#### 3.1.1 Методические указания по освоению дисциплины

Аудиторная работа обеспечивается наличием всего комплекса учебно-методических материалов, нормативных и учебных документов по материалам учебных разделов курса, доступностью справочной информации также возможностью сбора, получения, анализа любых данных.

На занятиях используется мультимедиа–проектор (или компьютерный класс) для проведения презентаций и демонстрации других материалов занятий. Успешное освоение дисциплины предполагает обязательную работу на лекционных занятиях, самостоятельное выполнение заданий для закрепления приобретенных знаний и умений.

### **3.1.2 Методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обеспечивается наличием учебно-методических материалов (УММ), размещенных на сайте Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» (<http://jf.spbu.ru/stu/>). В УММ указываются а) вопросы для рассмотрения на лекционных занятиях, б) контрольные вопросы для промежуточной аттестации, в) литература к курсу.

Список авторских публикаций:

1. Каранатова Л.Г., Кузьмин А.Е., Кузьмина А.М. Механизм управления закупочной деятельностью в государственном секторе: применение Федерального закона № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц»: учебное пособие. СПб.: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2013. – 176 с.
2. Каранатова Л.Г., Кузьмин А.Е., Кузьмина А.М. Управление жизненным циклом государственных закупок в РФ: переход к федеральной контрактной системе: учебное пособие. СПб.: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2012. – 316 с.

### **3.1.3 Методика проведения текущего контроля успеваемости, текущей и промежуточной аттестации и критерии оценивания**

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

1. посещаемость занятий и активность работы на занятиях;
2. оценка выполненных заданий.

В случае пропуска занятия студент должен получить задание от преподавателя и сдать его не позже чем через неделю в виде письменной работы (объем и форма оговариваются с преподавателем). Пропустившим более 20 % занятий необходимо получить допуск для сдачи зачета, для чего студент пишет письменную работу в форме эссе.

Форма проведения зачета - письменная. На подготовку письменного ответа студенту дается 20 минут. Оценка «Зачтено» ставится, если студент демонстрирует полное и глубокое владение материалом. Оценка «Не зачтено» ставится, если студент не освоил материал курса. Предполагаемая продолжительность проведения зачета – 4 академических часа.

### **3.1.4 Методические материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (контрольно-измерительные материалы, оценочные средства)**

Вопросы к зачету:

1. Нормативно-правовая база закупок в России.
2. Базовые принципы закупок государственных, муниципальных и корпоративных заказчиков.
3. Критерии качества организации закупок.
4. Сопровождение закупок товаров, работ и услуг закупочных категорий PR & Marketing.
5. Правила описания объекта закупки по PR-сопровождению заказчиков.
6. Особенности закупок PR-услуг государственными и муниципальными заказчиками.
7. Особенности рекламно-информационного и PR сопровождения корпоративных заказчиков.
8. Особенности закупок международных коммуникационных услуг.
9. Особенности участия в закупках по PR-сопровождению и отчетность по контракту/договору.
10. Государственный контроль закупок PR-сопровождения.
11. Общественный контроль закупок PR-сопровождения.

### **3.1.5 Методические материалы для оценки обучающимися содержания и качества учебного процесса**

Оценка обучающимися содержания и качества учебного процесса осуществляется в рамках ежегодного анкетирования студентов и магистрантов Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ по всем дисциплинам текущего учебного года

Анкета-отзыв на дисциплину «Особенности PR-сопровождения государственных, муниципальных и корпоративных заказчиков»

Просим Вас заполнить анкету-отзыв по прочитанной дисциплине. Обобщенные данные анкет будут использованы для ее совершенствования. По каждому вопросу проставьте соответствующие оценки по шкале от 1 до 10 баллов (обведите выбранный Вами балл). В случае необходимости впишите свои комментарии.

1. Насколько Вы удовлетворены содержанием дисциплины в целом?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий \_\_\_\_\_

2. Насколько Вы удовлетворены общим стилем преподавания?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий \_\_\_\_\_

3. Как Вы оцениваете качество подготовки предложенных методических материалов?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий \_\_\_\_\_

4. Насколько Вы удовлетворены использованием преподавателями активных методов обучения (электронные версии занятий, интерактивные лекции, компьютерный анализ качества объектов учебного процесса и т.п.)?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий \_\_\_\_\_

5. Какую из тем дисциплины Вы считаете наиболее полезной, ценной с точки зрения дальнейшего обучения и/или применения в последующей практической деятельности?

Комментарий \_\_\_\_\_

6. Что бы Вы предложили изменить в методическом и содержательном плане для совершенствования преподавания данной дисциплины?

Комментарий \_\_\_\_\_

СПАСИБО!

## **3.2. Кадровое обеспечение**

### **3.2.1 Образование и (или) квалификация преподавателей и иных лиц, допущенных к**

#### **проведению учебных занятий**

К чтению лекций должны привлекаться преподаватели, имеющие ученую степень и/или ученое звание, имеющие опыт планирования и организации учебного процесса, а также главные и ведущие специалисты в этой области.

Требования к квалификации преподавателей могут быть изменены по решению Ученого совета Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций».

### **3.2.2 Обеспечение учебно-вспомогательным и (или) иным персоналом**

Учебно-вспомогательный и инженерно-технический персонал должен иметь соответствующее образование, и обладать навыками организации работы с

пользовательскими программными продуктами в локальной сети компьютерного класса и в Интернете.

### **3.3. Материально-техническое обеспечение**

#### **3.3.1 Характеристики аудиторий (помещений, мест) для проведения занятий**

Количество посадочных мест должно быть не менее количества слушателей в группе (лекционном потоке).

#### **3.3.2 Характеристики аудиторного оборудования, в том числе неспециализированного компьютерного оборудования и программного обеспечения общего пользования**

Оборудование, позволяющее демонстрировать компьютерные презентации. Программное обеспечение: MS Office 2007 и выше, совместимые с Windows программы (Adobe flash player и т.д.).

Доска или flip-чарт для оперативных записей и рисунков.

#### **3.3.3 Характеристики специализированного оборудования**

Не предусмотрено.

#### **3.3.4 Характеристики специализированного программного обеспечения**

Не предусмотрено.

#### **3.3.5 Перечень и объемы требуемых расходных материалов**

Фломастеры цветные, губки, бумага формата А4, канцелярские товары, картриджи принтеров, диски, флеш-накопители и др. в объеме, необходимом для организации и проведения занятий, по заявкам преподавателей, подаваемым в установленные сроки

### **3.4. Информационное обеспечение**

#### **3.4.1 Список обязательной литературы**

1. Связи с общественностью: теория и практика : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М. : Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2014.
2. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; ред. Л. Б. Герцвольф. - 2-е издание. - М : Инфра-М, 2014.

#### **3.4.2 Список дополнительной литературы**

3. Гражданский кодекс РФ (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ.
4. Федеральный закон РФ №212-ФЗ от 21.07.2014 г. «Об основах общественного контроля в Российской Федерации».
5. Федеральный закон РФ №44-ФЗ от 05.04.2013 г. «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».
6. Федеральный закон РФ №223-ФЗ от 18.07.2011 г. «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц».
7. Федеральный закон РФ №135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции».
8. Типовой закон ЮНСИТРАЛ о закупках товаров (работ) и услуг (1994 год).

#### **3.4.3 Перечень иных информационных источников**

1. Единая информационная система в сфере закупок [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zakupki.gov.ru/>.
2. За честные закупки ОНФ РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zachestnyezakupki.onf.ru/>.
3. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.raso.ru/> .
4. Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.akospr.ru/>.

#### **4. Разработчик программы**

Кузьмин Алексей Евгеньевич, кандидат политических наук, доцент, кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении, 22.02.2018.