

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ОД «Реклама и связи с общественностью в коммерческих организациях»

Семестр: 3

Количество часов: 108

Количество зачетных единиц: 3

Курсовая работа: нет

Промежуточная аттестация: зачет

Место дисциплины в структуре ООП: Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в коммерческих организациях» относится обязательным дисциплинам вариативной части базового цикла направления учебного плана 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, направленность «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Цель дисциплины: сформировать представления о новых эффективных идеях и различных технологиях в области развития общественных связей; дать знания о способах поддержки государственного управления, местного самоуправления, деловой сферы и предпринимательства; дать знания о реализации отдельных PR-проектов и широкомасштабных программ; подготовить специалиста в сфере информационной деятельности, умеющего принимать взвешенные управленческие решения, осуществлять связь с общественностью, находить взаимопонимание с общественностью и конкретной общественной группой.

Задачи: дать знания о концепциях организации общественных связей за рубежом и в России; познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития мирового PR, уяснить специфику российской ситуации; дать возможность студентам освоить некоторые методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике; сформировать представления о понятийном аппарате данной дисциплины, принципах и закономерностях функционирования сферы связей с общественностью.

Содержание дисциплины: PR: понятие, история и структура. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью. Основы методологии PR. Стратегическое планирование PR –деятельности. PR в системе маркетинга. Технология формирования имиджа компании: особенности российской практики.

Публик рилейшнз и средства массовой информации. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике. Связи с общественностью в государственных структурах. PR-служба и фирма: структура и функции. PR на предприятии. Связи с общественностью и культура бизнеса. PR-технологии в привлечении инвестиций. Связи с общественностью и управление кризисными ситуациями. Управление информацией и конструирование новостей. Формы подачи информационно-новостных материалов. Психологические мотивы и приемы PR. Рекламные технологии PR. Процедурные технологии PR. Анализ практики российских предприятий в сфере рекламы и PR.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); обладание знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2); способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); владение навыками организационно - управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3); способность обеспечивать эффективные внешние коммуникации с коммерческими структурами, средствами массовой информации, с государственными учреждениями (ПК-4).

Образовательные технологии: чтение лекций с использованием мультимедиа; проведение практических занятий с использованием мультимедиа; проведение лекций-дискуссий в интерактивном режиме; проведение коллоквиумов / круглых столов по проблемам дисциплины; решение ситуативных задач и проведение ситуативно-ролевых игр.

Составитель: Л.А. Смирнова, доцент кафедры гуманитарных дисциплин

