

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Технологии деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: освоение студентами технологий деловых коммуникаций в различных ситуациях делового официального общения, с субъектами всех уровней в т.ч. партнерами, в рамках делового протокола, с соблюдением этических норм, в соответствии с требованиями этикета. Дисциплина рассчитана на образование в области построения деловых отношений и принятия компетентных решений в сфере массовых коммуникаций для решения прикладных задач, связанных со связями с общественностью, рекламой, менеджментом.

Задачи освоения дисциплины:

- овладение знаниями в области теории общения, этики и психологии выстраивания деловых коммуникаций; навыками и средствами продуктивного общения в деловой сфере;
- выработка умений применять на практике рациональные стратегии и тактики ведения переговоров;- ориентироваться в протокольных требованиях деловой коммуникации; -анализировать этические нарушения и приемы недобросовестных коммуникаций;
- научить применению информации о принципах, правилах и нормах продуктивных деловых коммуникаций в ситуациях взаимодействия с организациями и должностными лицами.
- сформировать представление о социально-психологических закономерностях и регуляторах деловых коммуникаций; культуре делового общения, в т.ч. в высшем учебном заведении.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Технологии деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью» Б1.Б25.относится к базовой части дисциплин учебного плана бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью». Изучается во 2 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: Дисциплина «Технологии деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью» является составляющей базовой обязательной части дисциплин социогуманитарного цикла, которая дает возможность расширения и углубления знаний, умений, навыков и компетенций, определяемых содержанием базовых (обязательных) дисциплин, позволяет обучающимся получить углубленные знания и навыки для успешной профессиональной деятельности.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс «Технологии деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью» станет основой изучения протекания социальных процессов, функционирования коммуникационных технологий, а также особенностей групповых и личностных взаимодействий в рамках дисциплин: «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы интегрированных коммуникаций», «Цифровой маркетинг», «Поведение потребителей», «Основы брендинга», «Планирование рекламных и PR-мероприятий», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний», «Продвижение СМИ», «Медиапланирование»,

«Технологии имеджмейкинга», «Работа с клиентами в РиСО», «Консалтинг в РиСО», «Основы проектного управления», «Психология и педагогика».

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК 3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>Знать: особенности поведения разных групп людей в процессе взаимодействия и учитывать их;</p> <p>Уметь: устанавливать разные форматы взаимодействия, исходя из задач, стоящих перед командой;</p> <p>Владеть: методами планирования и регулирования последовательности собственных действий, исходя из своей роли в команде, руководствуясь интересами команды.</p>
ОПК 4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>Знать: основные концепции и направления современного предпринимательства, анализировать во взаимосвязи экономические явления, запросы и потребности общества и аудитории, использовать экономические знания в профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: отвечать на запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности, учитывая все аспекты функционирования современных коммуникаций и их технологии, методы управления, реализации маркетинговых исследований, основы проектной деятельности и нормы права.</p> <p>Владеть: - навыками и методами применения различных средств коммуникаций на основе выявления, анализа и оценки запросов общества и аудитории.</p>

3. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы

4. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков деловой коммуникации
- проведение групповых дискуссий, деловых игр на практических занятиях

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- подготовка деловой презентации на заданную тему

5. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами).

Промежуточный контроль проводится в форме подготовки докладов и презентаций.
Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного экзамена.