

## **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» относится к базовой части дисциплин учебного плана по направлению «Реклама и связи с общественностью».

**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: Управления конфликтами в массовых коммуникациях, Психология и педагогика, Социальная психология)

#### **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», «Основы менеджмента», «Введение в медиаисследования и медиаизмерения», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний»,

«Технологи имеджмейкинга», Поведение потребителей, Проектная деятельность, Профессионально-творческая практика, Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

### 3. 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><b>Знать:</b> особенности поведения разных групп людей в процессе взаимодействия и учитывать их;</p> <p><b>Уметь:</b> устанавливать разные форматы взаимодействия, исходя из задач, стоящих перед командой;</p> <p><b>Владеть:</b> 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><b>Знать:</b> 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><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> - навыками и методами применения различных средств коммуникаций на основе выявления, анализа и оценки запросов общества и аудитории.</p>

### 4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы

### 5. 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

### 6. 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.