

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях» для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели курса:

- формирование целостного представления о целях, задачах, особенностях, методах связей с общественностью и рекламы в государственных учреждениях.
- расширение профессионального и культурного горизонта специалиста в области рекламы и связей с общественностью, формирование его эффективной профессиональной, общественно значимой деятельности;
- выработка базовых навыков принятия и реализации управленческих решений в сфере организации рекламной и ПР деятельности в органах государственного управления;

Задачи курса:

- формирование у студентов целостного представления о задачах, функциях, структуре подразделений по связям с общественностью и рекламе в органах государственной власти и государственных учреждениях,
- освоение содержания, методов подразделений по связям с общественностью и рекламы в государственных учреждениях разного уровня,
- выработка практических навыков по работе с общественным мнением, формированию имиджа госучреждения, в кризисных ситуациях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях» является составляющей профессионального цикла обязательной части дисциплин при подготовке бакалавров. Изучается в 7 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

Дисциплина дает возможность расширения и углубления знаний, умений, навыков и компетенций, определяемых содержанием базовых дисциплин: «Демография и социальная статистика», «Социальные институты и процессы», «Основы теории коммуникации», «Основы теории и практики рекламы», «Основы теории и практики связей с общественностью». «Технологии имиджмейкинга», «Теория и практика массовой информации», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Внутрифирменные коммуникации», «Коммуникационный менеджмент», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование ПР-кампаний», «Современная пресс-служба», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «PR в сфере культуры», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Планирование антикризисных коммуникаций», «Коммуникации в политических процессах и институтах», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Управление общественным мнением». Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать специфику рекламной и ПР деятельности в органах государственной власти и госучреждениях.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин «Организация рекламных и PR-мероприятий». Поведение потребителей
Интернациональная и национальная реклама

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
ПК-1	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Подходы и принципы управления организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью	Адаптировать профессиональный функционал специалиста по рекламе и PR в соответствии со спецификой деятельности государственного учреждения	Навыками проведения мероприятий по повышению имиджа, защите репутации государственного учреждения (госоргана)
ПК-5	Способность владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	методы и процедуры сбора и анализа данных, необходимых для принятия управленческих решений в сфере коммуникаций	собирать и анализировать данные различных информационных источников	Навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: групповая дискуссия, практическая работа в группах, доклады, публичная презентация.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: групповая дискуссия, практическая работа, доклады, публичная презентация.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами).

Промежуточная аттестация проводится в форме: подготовки докладов, презентаций, проведения контрольных работ

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.