

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Связи с общественностью»

по направлению «Менеджмент»,
профиль «Менеджмент и маркетинг в организации»

1. Цель и задачи дисциплины

Целью данного курса является получение студентами базовых представлений о видах, средствах и формах массовых коммуникаций в рыночной и социальной среде, роли связей с общественностью как функции менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и её общественностью.

Задачи изучения дисциплины:

- Передать теоретические знания о целях, формах и методах организации связей с общественностью как функции менеджмента,
- Рассмотреть взаимоотношения связей с общественностью, маркетинга и рекламы в информационно-коммуникационном процессе;
- Получить навыки применения PR-инструментария в целях формирования положительного имиджа организации.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Данный курс является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана и имеет код Б1.В.ДВ.9.

«Связи с общественностью» как учебная дисциплина является логическим продолжением и углублением знаний, полученных в результате овладения дисциплинами «Социологические исследования в менеджменте», «Маркетинг», «Стратегический менеджмент», «Рекламное дело», «Корпоративная социальная ответственность» и выступает основой для таких дисциплин как «Психология маркетинга», «Поведение потребителей» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);

Знание теоретических основ осуществления PR-деятельности в организации, этические основы поведения PR-специалиста, комплекс PR-стратегий организации (ПКП-7);

Владение навыками составления PR-программ организации (предприятия), применения PR-инструментария в целях формирования положительного имиджа организации (ПКП-8);

Умение диагностировать общественное мнение о деятельности предприятия, планировать и реализовывать мероприятия по созданию позитивного имиджа организации в сознании целевой контактной аудитории (ПКП-12).

В результате освоения дисциплины студенты должны:

Иметь представление:

О теоретических и методологических основах организации связей с общественностью в менеджменте.

Знать:

- основы теории связей с общественностью;
- историю возникновения и тенденции развития связей с общественностью в России и за рубежом;
- модели организации связей с общественностью;
- возможности различных средств массовых коммуникаций;
- цели и задачи служб по связям с общественностью;
- стратегии формирования имиджа организации;
- методы и технологии, применяемые в данной сфере управления.

Уметь:

- разрабатывать программы и проекты по связям с общественностью;
- диагностировать общественное мнение о деятельности предприятия;
- выстраивать коммуникации с учетом особенностей различных целевых аудиторий;
- планировать и реализовывать мероприятия по созданию позитивного имиджа организации;
- применять этические кодексы в связях с общественностью.

Приобрести навыки:

- владения различными PR-технологиями;
- применения методов и технологий связей с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации.

Владеть:

- специальной терминологией используемой в данной сфере управления;
- методами планирования и оценки эффективности деятельности по связям с общественностью в организации;
- навыками организации PR-мероприятий.

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа).

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, семинарские занятия с использованием активных и интерактивных форм и др.

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: компьютеризированные тесты, решение задач и выполнение заданий с помощью программ Power Point, Excel, Word, использование Интернет-ресурсов и др.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: контрольная работа.

По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности: зачетно-экзаменационная ведомость.

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен