

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Связи с общественностью»
подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»

1. Цель дисциплины:

формирование у студентов комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки и практической реализации информационных проектов в публичной сфере; овладение методиками определения эффективности усилий, направленных на гармонизацию отношений организации со своей общественностью.

Изучается в 7 семестре (очная форма), 8 семестре (заочная форма).

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с историей становления и базовыми принципами организации современной индустрии связей с общественностью;
- обучение основным методам работы с арсеналом средств коммуникативного воздействия, обретение навыков использования этих инструментов в ходе практического осуществления кампаний;
- овладение методиками тестирования и экспертной оценки PR-продукта для определения его эффективности, соответствия правовым и этическим нормам;
- сформировать базовые представления о роли и специфике проектного режима PR-деятельности в современной системе общественных отношений России и зарубежных стран;
- представить основные принципы, цели и задачи кампаний по связям с общественностью в виде системы;
- дать характеристику основным этапам планирования и организации кампаний по связям с общественностью;
- подробно изложить суть основных методов, технологий и инструментов анализа, планирования, реализации, презентации и оценки эффективности кампаний по связям с общественностью;
- закрепить полученные студентами знания в процессе анализа тренировочных ситуаций и проектирования PR-кампаний;
- ознакомить студентов с российской спецификой рынка услуг по планированию и организации PR- кампаний.

2. Место дисциплины в структуре ОП. Дисциплина относится к вариативной части и является дисциплиной модуля дисциплин по выбору 7 семестра (очная форма) / 8 семестра (заочная форма), углубляющих освоение профиля.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Основы бизнеса», «Маркетинг», «Управление маркетингом», «Рекламная деятельность»

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Коммерческая деятельность».

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг (**ПКП-4**).

Способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами корректировку планов маркетинга (**ПКП-5**).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- основные концептуальные и методологические подходы к изучению теории связей с общественностью;
- основные категории и методы связей с общественностью, содержание основных разделов политологического знания;
- основные алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования, реализации, презентации и оценки эффективности PR-кампаний;
- специфику планирования и организации кампаний по связям с общественностью в государственных структурах, общественных организациях, бизнесе;

– **уметь:**

- применять полученные знания в анализе СМИ;
- ориентироваться в существующем многообразии подходов к пониманию сущности и роли проектного режима деятельности по связям с общественностью;
- разработать проект PR-кампании по заданной ситуации и провести публичную презентацию данного проекта;

владеть:

- понятийным аппаратом в области связей с общественностью;
- навыками применения современных инструментов связей с общественностью для решения практических задач;
- содержанием основных этапов коммуникационной деятельности службы связей с общественностью в крупнейших коммерческих структурах как внутри России, так и за ее пределами в целях распространения передового опыта развития коммерческой деятельности и практики установления эффективных коммуникаций.

Распределение времени по видам занятий

Очная форма:

Объем часов аудиторных занятий 54 час.

Лекции 18 час.

Семинарские и практические занятия 36 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 54 час.

В т.ч. контрольная работа.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).

Заочная форма:

Объем часов аудиторных занятий 12 час.

Лекции 4 час.

Семинарские и практические занятия 8 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 96 час.

В т.ч. контрольная работа.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).