

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Паблик рилейшнз»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения учебной дисциплины

Цель изучения дисциплины «Паблик рилейшнз» – освоение студентами теоретических и практических знаний в области антикризисного PR и формирование компетенций, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в профессиональной деятельности.

1.2. Задачи учебной дисциплины:

- дать студентам четкое представление о природе, причинах, формах кризисов в современных социально-экономических условиях, а также комплекс знаний в области, его предупреждения и диагностики, управления коммуникациями в условиях кризиса;
- изучить эффективные способы установления связей с различными группами общественности и освоить специфику их использования в предкризисный, кризисный и посткризисный периоды;
- развить у студентов самостоятельность мышления, способствовать приобретению практических навыков эффективного решения коммуникационных проблем предприятий в отношениях с различными значимыми сегментами общественностью в условиях кризисов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина «Паблик рилейшнз» относится к вариативной части.

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Паблик рилейшнз», необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых такими учебными дисциплинами как «Организационное поведение», «Бизнес-планирование», «Финансовый учет», «Стратегический менеджмент», «Корпоративная и социальная ответственность».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Коды компетенций	Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОК-1	Сформировать представление о понятийном аппарате данной дисциплины, принципах и закономерностях функционирования сферы связей с общественностью.	Знать: понятийный аппарат науки PR, сущность PR, истории эффективных PR-кампаний; знать основные концепции организации общественных связей; современные особенности развития связей с общественностью; основные тенденции развития мирового PR;

	Изучить особенности реализации современных PR-проектов и программ.	основы массовых коммуникаций, особенности формирования общественного мнения; теоретические и методологические основы моделирования PR-кампаний.
		Уметь: применять полученные базовые знания на практике.
		Владеть (навыки и/или опыт деятельности): новыми эффективными идеями и различными технологиями в области развития общественных связей.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Сущность, функции, организация PR

Тема 1.1. Сущность и важнейшие функции PR. История становления и развития PR

Тема 1.2. Организация процесса PR

Тема 1.3. Организация PR-кампании и ее структура

Раздел 2. Средства, методы и технологии PR

Тема 2.1. Создание и коррекция имиджа организации и ее руководства в процессе PR

Тема 2.2. Бренд и фирменный стиль, как важнейшие средства PR

Тема 2.3. Методы и технологии PR

Раздел 3. Основные направления использования PR в бизнесе

Тема 3.1. PR в бизнесе, менеджменте, маркетинге. PR и реклама

Тема 3.2. Финансовые PR

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, семинарское занятие, консультация, экзамен), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии), проблемное обучение.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Агаркова Н.В., канд.экон.наук, доцент кафедры маркетинга и логистики.