

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Public relations в международной деятельности»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения учебной дисциплины:

Приобретение знаний, навыков и опыта в области управления восприятием общественности, использования подходов, методов и инструментов Public Relations в управлении международной деятельностью компании; формирование знаний о PR, как об основном инструменте организации эффективных коммуникаций фирмы с внешней средой.

1.2. Задачи учебной дисциплины:

- обеспечить знания студентов о сущности, принципов, целей и задач связей с общественностью;
- показать роль и место связей с общественностью в международной деятельности компании;
- сформировать знание о нормах международного и национального права о связях с общественностью;
- научить пользоваться современными информационными технологиями в реализации PR-деятельности;
- показать роль и функции служб связей с общественностью в международной компании;
- ознакомить с особенностями связей с общественностью в системе управления компанией;
- сформировать знания и практические навыки путем реализации технологий связей с общественностью: пресс-конференций, презентаций, экскурсий и т.д.;
- сформировать знания особенностей и методов «черного» и «белого» PR в современном обществе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина «Public relations в международной деятельности» входит составной компонентой в блок Б1.2В. Вариативная часть, Б1.2В.ОД. «Обязательные дисциплины».

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

Является основой для изучения основных положений дисциплин «деловые коммуникации в ВЭД», «Внешнеэкономическая деятельность» и тесно связана с другими дисциплинами.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ПК-5	Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями	Знать: - современные теории и практики Public relations ; особенности PR-деятельности в в разных странах; - функции и принципы PR - работы, а также

	компания с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	основные стратегии и тактики Public Relations в международной деятельности; Уметь: - применять тактики PR -деятельности; - использовать методы исследования (потребностей и ожиданий) групп общественности; Владеть: - навыками изучения общественного мнения, отношений и ожиданий общественности; применения методов исследования в практике PR.
ПК-9	Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.	Знать: - основы анализа формирования общественного мнения о деятельности международной компании; Уметь: - обрабатывать, анализировать и систематизировать информацию о влиянии общественности на результаты международной бизнес-деятельности; Владеть: методами исследования актуальных социальных проблем в принимающих странах для идентификации потребностей и интересов общественных групп, для дальнейшего развития международной бизнес-деятельности с учетом целей компании..

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Сущность, функции, организация Public relations в международной деятельности

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

Тема 1.2. Организация процесса PR

Тема 1.3 Организация PR-кампании и ее структура

Тема 1.4. Методы PR в международной деятельности.

Раздел 2. Средства, методы и технологии Public relations при осуществлении международной деятельности

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

Тема 2.2. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства PR в международной деятельности.

Тема 2.3. Технологии PR.

Тема 2.4. PR в международном бизнесе, менеджменте, маркетинге. PR и реклама.

Тема 2.5. PR в кризисных ситуациях

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, семинарское занятие, консультация, экзамен), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии, тренинг (элементы социально-психологического тренинга)), проблемное обучение.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Кулешов А.Э., ст. преподаватель кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности