


**Негосударственное аккредитованное некоммерческое  
частное образовательное учреждение высшего образования  
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»  
(г. Краснодар)**

**Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций**

Рассмотрено и одобрено на заседании  
кафедры Технологий сервиса и деловых  
коммуникаций Академии ИМСИТ,  
протокол №8 от 19 марта 2018 года,  
зав. кафедрой, доцент

  
\_\_\_\_\_  
Н.И. Севрюгина

УТВЕРЖДЕНО  
Научно-методическим советом академии  
протокол №8 от 16 апреля 2018 года  
ДЛЯ  
ДОКУМЕНТОВ  
Председатель НМС,  
проректор по учебной работе,  
профессор

  
\_\_\_\_\_  
Н.Н. Павелко

**Б1.Б.30 «ТЕОРИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) программы  
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»  
Квалификация  
Бакалавр

Краснодар  
2018

<p><b>Цель и задачи изучения дисциплины:</b></p>	<p><b>Цели дисциплины:</b> является овладение студентами прочными знаниями в области «public relations», постижение механизма построения коммуникационных связей между обществом и субъектами политического и экономического процесса. Данный курс знакомит студентов с ролью института связей с общественностью в современном обществе, функциями служб и специалистов по связям с общественностью, технологиями проведения PR-кампаний.</p> <p><b>Задачи дисциплины:</b> компания или отдельной личности, используемых в связях с общественностью; -изучение способов создания новостей, проведения представительских мероприятий;</p>
<p><b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Менеджмент публичных отношений. Корпоративные отношения: механизм деятельности PR</li> <li>2. Публичных отношений в системе маркетинговых коммуникаций</li> <li>3. Анализ и прогноз в структуре публичных отношений</li> <li>4. Имидж и пути его формирования средствами публичных отношений</li> <li>5. Технологии публичных отношений</li> <li>6. Стратегии PR-деятельности в СМИ</li> <li>7. Управление кризисными ситуациями средствами PR</li> <li>8. Организация и проведение PR-кампаний</li> <li>9. Особенности работы PR-специалиста с аудиторией на рынке телекоммуникаций</li> <li>10. Эффективность связей с общественностью</li> </ol>
<p><b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</b></p>	<p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)</p> <p>владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2)</p> <p>способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)</p>
<p><b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b></p>	<p><b>знать:</b> особенности связей с общественностью; основных методов исследований в связях с общественностью</p> <p><b>уметь:</b> использовать основные понятия и категории publicrelations, понимать основные закономерности их построения в учреждениях государственной власти; осуществлять функции секретаря, секретаря-референта руководителей региональных и федеральных органов государственного управления; вести базы данных по различным аспектам социально-политического и экономического развития регионов</p> <p><b>владеть:</b> владение навыками подготовки информационных материалов, публичного выступления, ведения переговоров, совещаний, осуществления деловой</p>

	переписки и электронной коммуникации
<b>Формы проведения занятий, образовательные технологии:</b>	<p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция - анализ ситуаций.</p> <p>Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, логико- методологическое проектирование, решение задач.</p>
<b>Используемые инструментальные и программные средства:</b>	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)
<b>Формы промежуточного контроля:</b>	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
<b>Общая трудоемкость изучения дисциплины:</b>	216 ч./6 з.е.
<b>Форма итогового контроля знаний:</b>	экзамен