

**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.31 «ПРАКТИКА 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>Цель и задачи изучения дисциплины:</p>	<p>Цели дисциплины: является овладение студентами прочными знаниями в области «public relations», постижение механизма построения коммуникационных связей между обществом и субъектами политического и экономического процесса. Данный курс позволяет на практике познакомить студентов с работой специалистов по связям с общественностью, технологиями проведения PR-кампаний.</p> <p>Задачи дисциплины: - практическая реализация основных методов формирования позитивного имиджа компании или отдельной личности, используемых в связях с общественностью; -изучение способов создания новостей, проведения представительских мероприятий.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Менеджмент публичных отношений. Корпоративные отношения: механизм деятельности PR 2. Публичных отношений в системе маркетинговых коммуникаций 3. Анализ и прогноз в структуре публичных отношений 4. Имидж и пути его формирования средствами публичных отношений 5. Технологии публичных отношений 6. Стратегии PR-деятельности в СМИ 7. Управление кризисными ситуациями средствами PR 8. Организация и проведение PR-кампаний 9. Особенности работы PR-специалиста с аудиторией на рынке телекоммуникаций 10. Эффективность связей с общественностью
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</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>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)</p> <p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)</p> <p>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5)</p> <p>способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)</p>

	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<p>знать: особенности связей с общественностью; основных методов исследований в связях с общественностью</p> <p>уметь: 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>владеть: владение навыками подготовки информационных материалов, публичного выступления, ведения переговоров, совещаний, осуществления деловой переписки и электронной коммуникации</p>
Формы проведения занятий, образовательные технологии:	<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>
Используемые инструментальные и программные средства:	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)
Формы промежуточного контроля:	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
Общая трудоемкость изучения дисциплины:	180 ч./5 з.е.
Форма итогового контроля знаний:	экзамен