

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор Богатова О.А., преподаватель кафедры Коммерции и организации экономической деятельности

Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.01.01 Паблик-релейшнз

Целью освоения дисциплины

- являются овладение теоретическими основами паблик-релейшнз, основами методики PR.

1. Требования к результатам освоения дисциплины:

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ПК-28 - знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	Этап 1: - Знать корпоративные и коммуникационные каналы и средства передачи информации в PR Этап 2: - Знать способы информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций в PR	Этап 1: - Уметь передавать информацию для обеспечения процессов внутренних коммуникаций. Этап 2: - Уметь использовать знания по данной дисциплине в профессиональной деятельности организации.	Этап 1: - Иметь навыки во владении специальной терминологией; Этап 2: - Владеть навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций.
ПК-38 – владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией	Этап 1: - Знать основы некоммерческого партнерства в PR; Этап 2: - Знать организацию управленческого образования в PR.	Этап 1: - Уметь организовывать некоммерческое партнерство в PR; Этап 2: - Уметь использовать знания по данной дисциплине в профессиональной деятельности организации.	Этап 1: - Владеть специальной терминологией в сфере некоммерческого партнерства; Этап 2: - Владеть практическими навыками решения практических задач «паблик-релейшнз».

организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом			
--	--	--	--

2. Содержание дисциплины:

Раздел 1. Общетеоретические вопросы связей с общественностью в современном обществе

Тема 1 История развития науки, профессии и отросли связи с общественностью (PR)

Тема 2 Сущность и основные принципы PR

Раздел 2. Паблик-релейшэнз в коммуникационной системе маркетинга

Тема 3 Понятие и сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций

Тема 4 Основные средства маркетинга

Раздел 3. Функции служб и специалистов по связям с общественностью

Тема 5 Службы по связям с общественностью.

Тема 6 Функции и статус специалиста по PR в компании

Раздел 4. Этика в связях с общественностью

Тема 7 Технология проведения PR – компаний и акций

Тема 8 Понятие и сущность PR – компаний

Тема 9 Формирование образа (имиджа) и престижа

3. Общая трудоёмкость дисциплины: 2 ЗЕ.