

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

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| организаций<br>управленческого<br>образования,<br>профсоюзами,<br>другими<br>общественными<br>организациями и<br>трудовым<br>коллективом |  |  |  |
|--|--|--|--|

## **2. Содержание дисциплины:**

### **Раздел 1. Общетеоретические вопросы связей с общественностью в современном обществе**

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

Тема 2 Сущность и основные принципы PR

### **Раздел 2. Паблик-релейшенз 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.**