

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
«Основы организации связей с общественностью»
по специальности 080507 «Менеджмент организации»
Специализация – «Менеджмент торговых предприятий»
Квалификация выпускника - менеджер

Цель дисциплины: углубление знаний в области профессиональной деятельности менеджера: обеспечения эффективного управления организацией в сфере связей с общественностью, ознакомление с новыми эффективными идеями и различными технологиями в области развития общественных связей, способами поддержки государственного управления, местного самоуправления, деловой сферы и предпринимательства, реализации отдельных PR-проектов и широкомасштабных программ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- теоретические основы связей с общественностью;
- общепринятую терминологию, используемую как в специальной литературе, так и в практической деятельности в сфере связей с общественностью;
- методы исследований, планирования и анализа в связях с общественностью;
- современные средства коммуникации;
- принципы формирования системы управления и механизмы ее функционирования в связях с общественностью;
- инструменты предупреждения и разрешения кризисных и конфликтных ситуаций в связях с общественностью;
- механизмы формирования организационной структуры предприятия;
- методы создания и поддержания имиджа организации и внутри корпоративной культуры;
- приемы и методы сбора, хранения и обработки информации;
- правовые основы и этические нормы связей с общественностью.

уметь:

- ориентироваться в существующем многообразии подходов к пониманию сущности и роли деятельности по связям с общественностью;
- прогнозировать и оценивать технологии связей с общественностью в их практическом применении;
- фиксировать социальные тенденции и адаптировать задачи организации к построению и коррекции новых способов информационно-коммуникативной деятельности;
- использовать современные средства связи и информационные технологии для работы с информацией и принятия решений конкретных управленческих решений в сфере связей с общественностью;

- использовать и оптимизировать весь арсенал инструментов продвижения продукта/услуги (организации, человека и т.д.);

владеть:

- исследовательскими и прогностическими навыками;
- системным представлением о практической реализации технологий формирования и поддержания положительного имиджа организации;
- навыками управления коммуникационной политикой;
- навыками организации и управления отделами (специалистами) по связям с общественностью;
- навыками профессиональной аргументации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 140 часов

Вид промежуточной аттестации: зачет

Основные разделы дисциплины:

1. Связи с общественностью: понятие, история возникновения, место в коммуникационных системах
2. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью
3. Управление корпоративными коммуникациями

Разработчик: Степанова Ирина Вячеславовна

Кафедра «Менеджмента и экономики»