

АННОТАЦИЯ дисциплины ФТД.В.01 «Корпоративный PR»

Объем трудоемкости: 1 зачетная единица (36 часов, из них – 6,2 часов аудиторной нагрузки: лекционных 2 ч., практических 4 ч.; 26 часов самостоятельной работы; 3,8 ч. зачет; 0,2 ИКР).

Цель освоения дисциплины – формирование у бакалавров представлений о построении корпоративных коммуникаций, создании и укреплении корпоративной культуры, поддержании лояльности персонала к организации.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:

- изучение инструментов внутреннего PR;
- изучение внутренних коммуникации в организации и способов управления ими;
- изучение формирования корпоративного имиджа для сотрудников;
- ознакомление с элементами корпоративной культуры;
- изучение профилактики конфликтов и негативных слухов.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Корпоративный PR» входит в раздел **ФТД.В.01 «Профессиональный цикл. Вариативная часть»** ФГОС по направлению подготовки **ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат)** (дисциплины по выбору).

Курс «Корпоративный PR» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Психология массовой коммуникации», «Основы менеджмента».

Освоение дисциплины «Корпоративный PR» будет способствовать пополнению профессиональных знаний в области связей с общественностью.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *обще*профессиональных/*про*фессиональных компетенций (ОПК/ПК)

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	основы российской и зарубежной коммуникативистики, социологии;	анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;	навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;
2	ПК-7	способностью	основные	осуществлять	навыками

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	направления, тенденции и особенности осуществления организационных, координационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	осуществления организационных, координационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Предмет и задачи корпоративных связей с общественностью. Основные виды деятельности внутрикорпоративных связей с общественностью	5	1		-	4
2.	Инструмент и каналы, виды внутренних коммуникаций. Основные принципы коммуникаций с сотрудниками	5	1		-	4
3.	Внутренний имидж организации	5		1	-	4
4.	Корпоративная культура и корпоративная идентичность	7		1	-	6
5.	Роль внутренних связей с общественностью в предотвращении организационных конфликтов	5		1	-	4
6.	Комплексный подход к формированию лояльности сотрудников к организации. <i>Итоговое занятие</i>	5		1	-	4
	<i>Итого по дисциплине:</i>		2	4	-	26

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; под ред. А. Черниковой. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5746-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019>
2. Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Кондакова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, «Уральский государственный архитектурно-художественный университет» (УрГАХУ). - Екатеринбург : Архитектон, 2016. - 95 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=455455&sr=1.

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.