

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.10.01 «Корпоративный PR»

Объем трудоемкости: 1 зачетная единица (36 часов, из них – 6,2 контактных часов: практических 6 ч.; 26 часов самостоятельной работы; 3,8 часа контроль; 0,2 часа ИКР).

Цель освоения дисциплины– формирование у магистрантов 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» **Б1.В.ДВ.10.01** относится к вариативной части ФГОС по направлению подготовки ВО **42.04.02** Журналистика (магистратура) (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 компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	основы российской и зарубежной коммуникативистики, социологии;	анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;	навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
2	ПК-3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	основные направления, тенденции и особенности осуществления организационных, координационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	навыками осуществления организационных, координационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	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	7		1		6
3.	Внутренний имидж организации	5		1		4
4.	Корпоративная культура и корпоративная идентичность.	5		1		4
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>	8,8		1		4
	<i>Итого по дисциплине:</i>			6		26

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68866>
2. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2016. - 92 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=461622&sr=1.
3. Ткаченко, Н. В.
Креативная реклама: технологии проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко ; ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 336 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114422&sr=1.

Автор РПД: канд. ист. наук, доц., доц. Виноградова К.В.