

АННОТАЦИЯ Дисциплины Б1.В.04 «Организация работы отдела по связям с общественностью»

Объем трудоемкости: 2 зачетных единицы (72 часа, из них – 12,2 контактных часов: лекционных – 6 ч., практических – 6 ч., самостоятельной работы 56 ч., контроль – 3,8 ч., ИКР – 0,2 ч.)

Цель дисциплины: Целью освоения дисциплины является дать студентам общее взаимосвязанное представление об эффективном процессе построения отделов по рекламе и СО, профессиональной деятельности в данных отделах по связям с общественностью организаций государственной, коммерческой и социокультурной сфер жизнедеятельности общества. Более того, слушателям будет необходимо овладеть навыками как планирования, так и управления коммуникационными процессами.

Задачи дисциплины: Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: проанализировать основные подходы к формированию, организации работы, планированию деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора; изучить специфику формирования, организации работы, стратегического планирования деятельности отделов по связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора; сформировать представление о месте отделов по рекламе и СО в структуре организации, статусе, роли, способах взаимодействия отделов по связям с общественностью с основными структурными подразделениями.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина Б1.В.04 «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» входит относится к вариативной части Блока 1 учебного плана. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 – «Журналистика».

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются на основе дисциплин «Современные теории массовой коммуникации», «Технологии создания ПР-текстов», «Теория и практика 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 общепрофессиональных/профессиональных компетенций (ОПК/ПК)

Код компет енции	Формулировка компетенции из ФГОС	Профильное наполнение компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть, приобрести
ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать принципы осуществления профессиональной деятельности, организации тактической работы, базируясь на знании современных информационно-коммуникационных технологий, знания специфики	Уметь осуществлять профессиональную деятельность, формировать профессиональную структуру отделов, базируясь на знании информационно-коммуникационных технологий, знания специфики российских и	Владеть навыками осуществления профессиональной деятельности, основными инструментами управленческой деятельности, базируясь на знании информационно-коммуникационных технологий, знания специфики

ОПК-4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	российских и зарубежных национальных моделей СМИ Знать принципы планирования управленческой, осуществления организационных, мотивационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития организации	зарубежных национальных моделей СМИ Уметь внедрять в повседневные процессы и организовывать работу подразделения на основе эффективных программ тайм-менеджмента, грамотно выставлять задачи, учитывая приоритеты стратегии развития организации.	российских и зарубежных национальных моделей СМИ Владеть навыками осуществления и координирования деятельности отдела, как структурной единицы организации, контролируя выполнение поставленных задач на основе расстановки приоритетов срочности-важности.
ПК-3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	Знать основы управления персоналом; функции и задачи менеджера в организациях современного типа.	Уметь использовать основные функции современного управления организацией.	Владеть методами руководства производственно-творческим коллективом; технологиями разрешения конфликта.

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№ разд ела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	12	2	2		8
2.	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	12	2	2		8
3.	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	12	2	2		8
4.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью	8				6
5.	Внутрифирменный PR	8				6
6.	Исследования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	8				6
7.	Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе	6				6
8.	Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью. Итоговое занятие.	8				8
9.	Итого по дисциплине:		6	6		56
	Итого		6	6		56

Курсовые проекты или 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>

Автор РПД:

А.А. Бельтюков, канд. филол. наук, доцент