

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
Б.О.11.02 «Организация работы отделов по связям с общественностью» ОФО**

Направление
подготовки/специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

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 Б.О.11.02 «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» входит относится к базовой части Блока 1 учебного плана. Модуль 3 Менеджмент. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

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».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОК-4 (способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности), ПК-4 (способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта).

Основные разделы дисциплины: Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью; Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия; Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью; Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью; Внутрифирменный PR; Исследования в работе отделов рекламы и связей с общественностью; Статус и стиль деятельности PR- менеджера и менеджера по рекламе; Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью.

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор РПД: канд. фил. наук, доц., доц. Бельтюков А.А.