

## АННОТАЦИЯ

### дисциплины **Б1.В.ДВ.10.01 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач. ед. (144 часа; из них – 54,3 часа контактной работы, в том числе, 48 часов аудиторной нагрузки: лекционных 24 ч., практических 24 ч, ИКР – 0,3; 54 часа самостоятельной работы, КСР – 6 часов, контроль – 35,7 часа).

**Цель дисциплины:** на основе теоретических знаний в области стратегий, инструментов и методов связей с общественностью, моделей коммуникации, а также форм и моделей взаимодействия организаций с органами государственного и муниципального управления, основ корпоративной культуры и корпоративного пространства, а также моделей внутрикорпоративной коммуникации сформировать у студентов умение использовать инструментарий связей с общественностью и навыки анализа и планирования коммуникаций для построения гармоничных внутрикорпоративных коммуникаций и взаимодействия с внешними организациями.

#### **Задачи дисциплины:**

1. Сформировать **знание** стратегий, инструментов и методов воздействия связей с общественностью на общественные отношения, форм и моделей взаимодействия разных типов организаций с органами государственного и муниципального управления, контролирующими структурами, профильными ведомствами, а также основ корпоративного пространства, корпоративной культуры и корпоративных отношений, основных каналов внутрикорпоративной коммуникации и основных моделей коммуникации.

2. Развить **умение** использовать инструментарий связей с общественностью для построения гармоничных отношений разных типов организаций с органами государственного и муниципального управления, контролирующими структурами, профильными ведомствами и гармоничных отношений на внутрикорпоративном пространстве.

Сформировать **владение** навыками анализа и планирования информационных кампаний, ориентированных на построение гармоничных отношений разных типов организаций с органами государственного и муниципального управления, контролирующими структурами, профильными ведомствами, а также внутрикорпоративных коммуникаций для построения гармоничных отношений на внутрикорпоративном пространстве на основе информационного обеспечения внутренних коммуникационных процессов.

#### **Место дисциплины в структуре ООП ВО**

Дисциплина «Связи с общественностью» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б1.В.ДВ.10.01) учебного плана по направлению 38.03.03 «Управление персоналом». Для успешного освоения дисциплины и формирования у студента комплекса знаний, умений и навыков в области анализа и планирования коммуникаций для построения гармоничных отношений организации с внутренней и внешней средой необходимы знания и навыки, формируемые у обучающихся в процессе изучения таких дисциплин, как «Социология», «Психология», «Организационное поведение», «Организационная культура», «Технологии исследований в организации». Кроме того, успешному освоению содержания учебной программы будет способствовать также параллельное изучение такой дисциплины, как «Информационные технологии управления персоналом».

## Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-4, ПК-28.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-4	владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения)	основные стратегии, инструменты и методы воздействия связей с общественностью на общественные отношения, а также формы и модели взаимодействия разных типов организаций с органами государственного и муниципального управления, контролирующими структурами, профильными ведомствами.	использовать инструментарий связей с общественностью для построения гармоничных отношений разных типов организаций с органами государственного и муниципального управления, контролирующими структурами, профильными ведомствами.	навыками анализа и планирования информационных кампаний, ориентированных на построение гармоничных отношений разных типов организаций с органами государственного и муниципального управления, контролирующими структурами, профильными ведомствами.
	ПК-28	знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владение навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	основы корпоративного пространства, корпоративной культуры и корпоративных отношений, основные каналы внутрикорпоративной коммуникации, а также основные модели коммуникации.	использовать инструментарий связей с общественностью для построения гармоничных отношений на внутрикорпоративном пространстве на основе информационного обеспечения внутренних коммуникационных процессов.	навыками анализа и планирования внутрикорпоративных коммуникаций для построения гармоничных отношений на внутрикорпоративном пространстве на основе информационного обеспечения внутренних коммуникационных процессов.

**Основные разделы дисциплины:**

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.  
Разделы дисциплины, изучаемые во 8 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Связи с общественностью как профессия и научная дисциплина	13	2	4		7
2.	Коммуникативные основы связей с общественностью	11	4	2		5
3.	Структура связей с общественностью	17	4	4		9
4.	Корпоративные коммуникации	17	2	4		11
5.	GR-менеджмент	9	2	2		5
6.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	9	2	2		5
7.	Взаимодействие со СМИ	15	4	4		7
8.	Интернет-коммуникации в связях с общественностью	11	4	2		5
	<b>Итого по дисциплине:</b>	<b>102</b>	<b>24</b>	<b>24</b>		<b>54</b>

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *экзамен*

**Основная литература:**

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - <https://e.lanbook.com/book/97267>

Автор (ы) РПД : А.Б. Сазантович