Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 11.06.2024 12:10:23
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7a872e79a740e849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	**Связи с общественностью в государственных структурах**
Содержание	В рамках дисциплины «Связи с общественностью в государственных структурах» проходитформирование представлений о построении корпоративных коммуникаций, создании и укреплении корпоративной культуры, поддержании лояльности персонала к организации. Задачи дисциплины: изучение инструментов PR; изучение внутренних и внешних коммуникации в организации и способов управления ими; изучение формирования корпоративного имиджа для внешнего канала; ознакомление методами корпоративной культуры; изучение профилактики конфликтов и негативных слухов; технологии борьбы с негативом; особенности создания пула журналистов. Программа содержит следующие тематические блоки: основные виды деятельности связей с общественностью; инструменты и каналы, виды внутренних коммуникаций; основные принципы коммуникаций с сотрудниками и внешними представительствами; внутренний и внешний имидж организации; корпоративная культура и корпоративная идентичность на внешнем рынке; роль связей с общественностью в предотвращении конфликтов; комплексный подход к формированию лояльности сотрудников к организации; борьба с негативом; организация пула журналистов.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. Применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.
Трудоемкость, з.е.	3 з.е
Формы отчетности	Зачет с оценкой в 5 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями : учебное пособие / под ред. Л.С. Сальниковой ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 445 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9406-0 ; То же

	[Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378 2. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». – Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. – 83 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035
Дополнительная литература	1. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) / Т.Л. Чернышева. – Новосибирск : НГТУ, 2012. – 140 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940 (дата обращения: 04.10.2019). – ISBN 978-5-7782-2163-5. 2.Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью / С.Н. Булатова. – Кемерово : КемГУКИ, 2012. – 80 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227790 (дата обращения: 04.10.2019). – ISBN 978-5-8154-0229-4. 2. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) / Т.Л. Чернышева. – Новосибирск : НГТУ, 2012. – 140 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940 (дата обращения: 04.10.2019). – ISBN 978-5-7782-2163-5. 3. Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью / С.Н. Булатова. – Кемерово : КемГУКИ, 2012. – 80 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227790 (дата обращения: 04.10.2019). – ISBN 978-5-8154-0229-4. 4.Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции : учеб. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко. – М. :Дело : РАНХиГС, 2016. – 520 с 5. Минаева, Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика / Л.В.Минаева. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 288 с. 6. Персикова, Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учебное пособие / Т.Н. Персикова .- М.: Логос, 2011. – 223 с. 7. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы / Ф.И. Шарков.– М.: Изд-во Дашков и К, 2013.– 272 с.

.