

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лев Исакович

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 01.06.2023 16:32:06

Уникальный программный ключ:

46f7031a70469d8b4c51b01ef7726331d25a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	PR и связи с общественностью
Краткое содержание	Связи с общественностью как отрасль знания. Предмет, структура, основные функции связей с общественностью. PR и другие виды коммуникационных технологий. PR и близкая к ним деятельность. Правовые и этические основы связей с общественностью. Общественность и общественное мнение. Планирование и программирование как основа гармонизации отношений организации с общественностью. Организационные формы связей с общественностью. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации. Система работы с журналистами. Работа пресс-службы и пресс-секретаря. Управление информацией и конструирование новостей. Формы подачи новостных материалов. PR-кампания: методология и технология. Реклама в системе связей с общественностью. Управление имиджем. Интернет в деятельности по связям с общественностью. Антикризисные PR-коммуникации. Управление PR-действиями в кризисных ситуациях и конфликта. Теоретико-методологические основы связей с общественностью в органах власти. Информационная политика РФ и PR: особенности взаимодействия и развития. Информационные процессы в обществе. Специфика деятельности служб по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления. Основные подходы к пониманию системы работы служб по связям с общественностью в органах власти. Структура, основные цели, задачи, функции и организация деятельности служб по связям с общественностью. Взаимодействие служб по связям с общественностью со средствами. Технологии управления связями с общественностью. Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций. Лоббизм. Система взаимодействия органов государственного и муниципального управления с общественными организациями, с бизнес-структурами. Имидж. Технологии построения и поддержания.
Результаты освоения дисциплины	Владея знаниями в области проектной деятельности, характеризует проблемную ситуацию в сфере PR и связи с общественностью, разрабатывает методологическую и методическую части программы социологического исследования, согласовывает проектную документацию в процессе взаимодействия с заказчиком исследования. Применяя умения и навыки использования программного обеспечения для создания баз данных, статистической обработки данных, анализа социологических данных, разрабатывает программы социологического исследования. Работает со вторичными источниками (результатами социологических опросов, статистическими данными) для реализации целей социологического исследования PR и связи с общественностью. Применяя навыки проведения прикладного социологического исследования, анализирует информацию о рынке в и о поведении участников потребительского рынка в соответствии с целями и

	задачами социологического исследования. Используя знания и навыки разработки дизайна и стратегии прикладного социологического исследования, разрабатывает техническое задание и инструментарий прикладного социологического исследования для анализа рынков. Используя знания и навыки прикладных исследований рынка, применяет методы прикладного маркетингового исследования, работает со специализированными программами и базами данных по анализу рыночной ситуации
Трудоемкость, з.е.	9
Формы отчетности	Зачет с оценкой, курсовая работа
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник / А.А. Марков. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 190 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – www.dx.doi.org/10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1819448. 2. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом: учебное пособие / В.М. Маслова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. – 207 с. - ISBN 978-5-9558-0147-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1062379. 3. Москалев С.М. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие / С.М. Москалев, Т.Г. Виноградова, Я.И. Семилетова. - Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2021. - 163 с. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1902046 4. Шунина Ю. Связи с общественностью для людей без связей: практическое руководство / Ю. Шунина. – Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 208 с. - (Серия «Маркетинг для профессионалов»). – ISBN 978-5-4461-1612-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1783910.
Дополнительная литература	1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / А.Н. Чумиков. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 173 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-06706-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/441947. 2. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Аспект Пресс, 2017. – 224 с. – ISBN 978-5-7567-0896-7. – Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1039446. 3. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. – 4-е изд. – М.: ИЦ РИОР, 2018. – 192 с.: – (Карманное учебное пособие). – ISBN 978-5-369-00534-7. – Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/927400.

	4. Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие / С.А. Варакута. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 207 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-003443-0. – Текст: электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/993597 .
--	--