

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.ДВ.4.1 Связи с общественностью

По направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

профиль «Управление проектами»

Квалификация выпускника БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра : МПД

Кафедра-разработчик рабочей программы – Менеджмента и предпринимательской деятельности

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Связи с общественностью» являются:

- а) формирование у студента комплекса знаний по теоретическим основам связей с общественностью с и психологическим основами деятельности в области PR и рекламы;
- б) приобретение практических навыков по связям с общественностью;
- в) владение методикой эффективного использования средств распространения информации;
- г) разработки методов создания и поддержания благоприятного имиджа.

2. Содержание дисциплины «Связи с общественностью»

Связи с общественностью как функция менеджмента.

Факторы, влияющие на восприятие и эффективность коммуникационных сообщений.

Имидж фирмы, руководителя и продукции.

Средства массовой информации.

Основные виды и средства распространения рекламы.

Рекламно-выставочная деятельность.

Правовые основы связей с общественностью и рекламной деятельности.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) предпосылки развития и правовые основы деятельности по связям с общественностью и рекламе;
- б) понятие и структуру коммуникационного процесса, его элементы и этапы; целевые группы и задачи фирмы по отношению к ним;
- в) понятие имиджа, структуру имиджа фирмы, имиджа руководителя и имиджа продукции.

2) Уметь:

- а) анализировать факторы, влияющие на восприятие информации и эффективность коммуникационного процесса;
- б) анализировать основные виды и средства распространения рекламы и рекламно-выставочной деятельности;
- в) организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей.

3) Владеть:

- а) различными методами повышения эффективности коммуникаций;
- б) методологией формирования и поддержания имиджа фирмы, ее продукции и руководителя;
- в) навыками анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

Зав.каф. МПД


(подпись)

Зинурова Р.И.