

«GR - ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ»

Б1.В.ОД.7

Дисциплина «GR-взаимодействие бизнеса и власти» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» квалификации бакалавр, входит в вариативную часть обязательных дисциплин блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целями изучения дисциплины (модуля) «GR- взаимодействие бизнеса и власти» является приобретение системы знаний по конструированию стратегий коммуникации бизнеса и власти и на этой основе выработка навыков эффективного использования стратегий и технологий коммуникации для решения индивидуальных, публичных и корпоративных задач.

Задачами изучения дисциплины являются:

1. знакомство с концептуальными подходами распознавания коммуникационного пространства, его структурирования с помощью коммуникативных единиц;
2. освоение современных парадигм исследования и методов описания комплекса коммуникативных практик корпоративного взаимодействия в публичном пространстве;
3. изучение технологий конструирования стратегий коммуникаций в сфере публичных и корпоративных взаимодействий;
4. отработка технологий управления коммуникациями в публичной сфере по продвижению корпоративных интересов.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

В системе подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью» курс «GR-взаимодействие бизнеса и власти» органично связан с другими курсами базовой части учебного плана: «Основы теории коммуникации», «Философия», «Социология», «Культурология», «Экономика», «Коммуникационный менеджмент». Интеграция различных областей знаний в общей образовательной программе данного курса формирует у обучающихся способность и умения самостоятельно приобретать новые знания и коммуникативные качества. Курс «GR-взаимодействие бизнеса и власти» дает возможность обучающимся развить способность и умения принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, создании эффективной коммуникационной инфраструктуры современной компании с учетом специфики сферы профессиональной деятельности обучающихся.

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Философия», «Социология»,

«Культурология», «Основы теории коммуникации», «Стратегии и технологии коммуникации», «Связи с общественностью», «Коммуникационный менеджмент». Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения дисциплины «GR-взаимодействие бизнеса и власти» могут быть использованы студентами в процессе освоения дисциплин «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Корпоративные коммуникации». Указанные связи дисциплины «GR- взаимодействие бизнеса и власти» дают обучающемуся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с Государственным образовательным стандартом, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности выпускника.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «GR- взаимодействие бизнеса и власти»

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) «GR- взаимодействие бизнеса и власти», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программы по данному направлению подготовки:

ПК-2 - владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

ПК-7 - способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: теорию и практику функционального представительства интересов в публичной сфере;

Уметь: анализировать и применять стратегии и технологии презентации интересов функциональных групп;

Владеть: современными практиками позиционирования групп интересов компании и бизнес-структур.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.