

«КОММУНИКАЦИИ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ»

Б1.Б.6

Дисциплина «Коммуникации бизнеса и власти» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», программа подготовки «Стратегии эффективных коммуникаций» квалификации магистр, входит в базовую часть блока 1.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Коммуникации бизнеса и власти» состоит в приобретении студентами глубоких теоретических и прикладных знаний в сфере артикуляции публичных интересов и выработка на этой основе навыков эффективного использования стратегий и технологий политической коммуникации для продвижения публичных и корпоративных интересов.

Задачи освоения дисциплины:

1. Знакомство с концептуальными подходами распознавания политического коммуникационного пространства, его структурирования с помощью коммуникативных единиц;
2. Освоение современных парадигм исследования и методов описания комплекса коммуникативных практик политического взаимодействия;
3. Изучение технологий конструирования стратегий коммуникаций в сфере публичных и корпоративных взаимодействий;
4. Отработка технологий управления коммуникациями и освоение алгоритмов решения локальных задач в публичной сфере форм.

2. Место дисциплины в структуре магистерской программы

Дисциплина «Коммуникация бизнеса и власти» является обязательным курсом базовой части цикла Б1 «Дисциплины (модули)» учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Содержание данного курса соответствует требованиям ФГОС ВО и предназначено для знакомства будущих специалистов в области профессиональной деятельности с основными стратегиями и технологиями успешной коммуникации в политической сфере.

В системе подготовки магистра по направлению «Реклама и связи с общественностью» курс «Коммуникации бизнеса и власти» органично связан с другими курсами магистерской программы:

«Современные концепции коммуникации», «Тенденции развития рекламы и связи с общественностью», «Планирование и организация рекламной кампании», «Разработка медиапланов», «Управление рекламным агентством», «Маркетинговые стратегии в современном бизнесе», «Психологические исследования в рекламе и СО», «Научные концепции брендинга», «Информационные технологии в массовой коммуникации», «Консалтинг в коммуникационной политике компании», «Коммуникационный менеджмент», «Медиа Рилейшнз», «Технологии построения корпоративного имиджа».

Для изучения данной дисциплины студентам необходимо владение следующими *областями* научного знания: Философия (темы: природа

человека и смысл его существования; человек и космос; человек, общество, цивилизация, культура; свобода и ответственность личности; человеческое познание и деятельность; человечество перед лицом глобальных проблем; многообразие культур, цивилизаций, форм социального опыта; человек в мире культуры; Россия в диалоге культур; личность; проблема свободы и место ХХ в во всемирно-историческом процессе).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Коммуникации бизнеса и власти», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

ОК-2 - готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения,

ОК-4 - способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности,

ОК-6 - способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс – культурном пространстве и на международном уровне,

ОПК-1 - способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта,

ОПК-7 - способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности

ПК-3 - способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью,

ПК-4 - способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность

ПК-5 - способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность,

ПК-6 - способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность,

ПК-10 - способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

ПК-12 - способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий,

ПК-19 - способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций,

ПК-22 - способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации,

ПК-23 - способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контекст.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные принципы функционирования рекламы и связей с общественностью в различных сферах жизни;

Уметь:

- разрабатывать планы и программы коммуникационной деятельности, технико-экономические обоснования коммуникационных проектов;

Владеть:

- способностью использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.