

PR В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Б1.В.03

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины состоит в формировании у магистрантов системы знаний о системе корпоративного управления коммуникациями, принципах и технологиях корпоративного PR; наработка практических навыков применения полученных знаний при развитии внутренних и внешних коммуникаций компании, формировании корпоративной культуры средствами коммуникаций.

Задачи изучения дисциплины:

Основными обобщёнными задачами дисциплины являются: - формирование системных представлений об основных моделях корпоративной коммуникации, особенностях функционирования корпоративной культуры;

- формирование знания и понимания процессов управления корпоративной коммуникацией;

- формирования навыков внедрения форм и методов PR-коммуникации;

- освоение этических принципов ведения коммуникационной работы, формирования корпоративной культуры;

- отработка навыков создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «PR в системе корпоративных коммуникаций» предназначена для студентов, обучающихся по направлению и профилю подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью, квалификации – магистр; относится к дисциплинам по выбору блока.

Учебная дисциплина «PR в системе корпоративных коммуникаций» изучается в третьем семестре (очная форма обучения) и четвертом семестре (очно-заочная форма обучения) после изучения таких дисциплин как «Планирование и организация рекламной кампании», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Тенденции развития рекламы и связей с общественностью», «Организация работы PR агентства».

Освоение материалов учебной дисциплины «PR в системе корпоративных коммуникаций» является важным этапом для последующего изучения дисциплин «Коммуникации бизнеса и власти», «Управление рекламным агентством», «Консалтинг в коммуникационной политике компании».

Для успешного освоения учебной дисциплины обучающиеся должны обладать знаниями тенденций развития рекламы и связей с

общественностью, владеть ключевыми понятиями классических и современных макро- и микро- коммуникационных концепций, уметь использовать в практической деятельности современные коммуникационные технологии.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «PR в системе корпоративных коммуникаций», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Процесс изучения дисциплины «PR в системе корпоративных коммуникаций» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-2 - Способность самостоятельно принимать управленческие решения, осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения товаров и услуг, формирования корпоративного имиджа, оценивать эффективность коммуникационного проекта;

УК-2 - Способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- основные тенденции развития общественных и государственных институтов;

- основные принципы и технологии профессионального и личностного саморазвития, техники установления профессиональных контактов;

- принципы стратегического управления и маркетинговые стратегии в современном бизнесе

Уметь: анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

- применять на практике новаторские подходы и инновационные технологии для решения профессиональных задач;

- планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью;

- применять современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия

Владеть:

- способностью разностороннего освещения информации в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

- способностью творческого подхода к решению профессиональных и личностных задач;

- способностью обеспечить творческий процесс в коммуникационном агентстве; управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;

- способностью применять современные коммуникативные технологии на иностранном(ых) языке(ах).

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.