

Автономная Некоммерческая Организация Высшего Образования

**«**Славяно-Греко-Латинская Академия»

|  |  |
| --- | --- |
| **СОГЛАСОВАНО**  Директор Института \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,  кандидат философских наук  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  **Одобрено:**  Решением Ученого Совета  от «22» апреля 2022 г. протокол № 5 | **УТВЕРЖДАЮ**  Ректор АНО ВО «СГЛА»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Храмешин С.Н. |

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.ДВ.05.01 PR-менеджмент**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление подготовки** | **38.03.02 Менеджмент** |
| **Направленность (профиль)** | **Управление бизнесом** |
| **Кафедра** | **международных отношений и социально-экономических наук** |
| **Форма обучения**  **Год начала обучения** | **Очная**  **2022** |
| **Реализуется в семестре** | **6 курс 3** |

**Б1.В.ДВ.05.01 PR-менеджмент**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование дисциплины** | **Б1.В.ДВ.05.01 PR-менеджмент** |
| Краткое содержание | Предмет, структура и основные функции общественных отношений. История PR-менеджмента. Соблюдение этических норм в PR. Правовые основы PR-менеджмента. Информационные процессы в обществе и управление. Коммуникации в организациях. PR в политике. PR в бизнесе. PR и средства массовой информации. Средства взаимодействия. Общественное мнение как структурный элемент ПР. Информационная политика РФ: проблемы и тенденции развития. Основные организационные формы ПР и практические мероприятия. Основные жанры журналистики и ПР. Оценка эффективности ПР-кампаний. Управление PR в кризисных ситуациях. Прикладные социологические исследования в ПР. Средства и методы конструирования корпоративного имиджа. |
| Результаты освоения дисциплины | Опираясь на знания теоретических концепций в области управления общественными связями и отношениями осуществляет анализ собранных данных и оперативно принимает решения, в том числе в кризисных ситуациях.  Способен анализировать структуру и функции PR-отделов коммерческих и некоммерческих организаций, классифицировать и анализировать группы общественности в процессе организации, PR – кампаний.  Имеет способность к выработке нестандартных решений, проводит исследования в конкретной предметной области, понимает результаты экспериментальных и наблюдательных способов построения коммуникаций.  Умеет проводить маркетинговые исследования, способен анализировать поведение потребителей на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли с использованием цифровых технологий и связанных с принятием эффективных управленческих решений.  Владеет технологиями проведения кампаний по связям с общественностью.  Использует коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия.  Владеет формами делового общения и принципами установления деловых контактов, механизмом взаимодействия со средствами массовой иформации, методами исследования общественного мнения.  Владеет различными методами решения организационных, медийных и PR проблем в ходе проведения рекламных и PR-кампаний |
| Трудоемкость, з.е. | 3 |
| Формы отчетности | Зачет |
| **Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины** | |
| Основная литература | 1. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум дляакадемического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по эконом. и гуманит. напр. и специальностям / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова ; Высш. шк. экон., Нац. исслед. ун-т. -   Москва : Юрайт, 2022. - 264 с.: табл., схемы. - (Бакалавриат. Академический курс). - Гриф: Рек. УМО. - Библиогр: с. 261-263. ISBN 978-5-534-00227-0, экземпляров неограничено   1. Протасова, О. Л. Связи с общественностью и имидж в политическойсфере российского общества / О.Л. Протасова; Э.В. Бикбаева ; М.Д. Наумова. - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2018. - 83 с. -   ISBN 978-5-8265-1383-5, экземпляров неограничено  3. Савруцкая, Е. П. Связи с общественностью : Вводный курс / Е.П. Савруцкая. - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва : Директ-Медиа, 2019. 239 с. - ISBN 978-5-4458-8839-0, экземпляров неограничено |
| Дополнительная литература | 1. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии : учеб. пособие для вузов / [С. А. Шомова, Ф. С. Эркенова, В. А. Караева и др.] ; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. Москва : Аспект Пресс, 2017. - 197, [1] с. : табл. ; 22 см. - Гриф: Доп. УМО. - Библиогр.: с. 197-198. - ISBN 978-5-7567-0598-0, экземпляров неограничено 2. Шилов, А. С. Связи с общественностью в экологическом   управлении / А.С. Шилов. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 50 с. -ISBN 978-5-4475-6472-8, экземпляров неограничено   1. Гарин, Н. Н. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии : Учебное пособие / Гарин Н. Н. - Москва : Аспект Пресс, 2016. - 198 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-7567-0598-0, экземпляров неограничено 2. Минаева, Л. В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика : Учебное пособие / Минаева Л. В. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 320 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-7567-0642-0, экземпляров неограничено |