

«PR В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ»

Б1.В.ДВ.3.1

Дисциплина «PR в системе корпоративного управления» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», программа подготовки «Стратегии эффективных коммуникаций» квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

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 корпоративного управления» 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 Б1.В.ДВ.

Учебная дисциплина «PR в системе корпоративного управления» изучается в третьем и четвертом 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 «Интегрированные коммуникации в бизнесе» является важным этапом для последующего изучения дисциплин «Коммуникации бизнеса и власти», «Управление рекламным агентством», «Консалтинг в коммуникационной политике компании».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «PR в системе корпоративного управления», 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-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

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

ПК-7 способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные принципы построения коммуникаций с персоналом; содержание управленческой деятельности по организации корпоративных коммуникаций; формы и методы PR - коммуникации

Уметь:

- оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность; налаживать внутренние коммуникации персонала компании; организовывать корпоративные PR- мероприятия

Владеть:

- навыками управления деятельностью коллектива, планирования его работы, обеспечения ее эффективности; применения современных форм и методов PR-деятельности в работе с персоналом компании и ее внешними аудиториями.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.