

КОММУНИКАЦИИ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ

Б1.О.06

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 цикла «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 XX в во всемирно-историческом процессе).

Интеграция различных областей знания в общей образовательной программе магистров, формирует способность самостоятельно приобретать новые знания и коммуникативные качества, учитывая специфику сферы профессиональной деятельности; умения применять современные информационные технологии и адаптироваться к изменениям окружающей среды и новым технологиям; навыки ведения переговоров, работы в команде.

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения дисциплины «Коммуникация бизнеса и власти» могут быть использованы студентами в процессе освоения других дисциплин. Указанные связи данной дисциплины дают магистранту системное представление о комплексе изучаемых дисциплин, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности магистра.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

Процесс освоения данной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 - Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

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

ОПК-2 - Способность планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменения норм русского и иностранного языков, особенностей и иных знаковых систем

ОПК-5 - Способность для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

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

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.