

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «PR-технологии»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.03.01 «Экономика» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Финансы и кредит

Общий объем дисциплины – 4 з.е. (144 часов)

Форма промежуточной аттестации – Экзамен.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию;
- ПК-10: способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «PR-технологии» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения заочная. Семестр 7.

1. Терминология и статус службы "Организация службы "Паблик Рилейшнз. "Связи с общественностью" - составная часть системы управления, важный элемент деловых отношений; Предмет и методы; Цели и задачи; Основные функции; Терминология; Основные направления; Сфера приложения знаний в "Паблик Рилейшнз"; Определения; История зарождения "Паблик Рилейшнз".

Особенности службы "Паблик Рилейшнз"; Выбор между постоянным наймом и консультационным агентством; Положительные и отрицательные аргументы при использовании консультационного агентства и собственной службы; Организация консультационного агентства и отдела связей с общественностью ("Паблик Рилейшнз").

2. Работа службы "Паблик Рилейшнз" с "внутренней общественностью". Внутрифирменные отношения. Работа службы "Паблик Рилейшнз" с внешней общественностью. Определение общественности в "Паблик Рилейшнз"; Цели и задачи создания внутрифирменных коммуникаций; Выработка рекомендаций по подбору кадров, организация и корректировка вертикальных и горизонтальных коммуникаций внутри фирмы.

Понятие - "внешняя общественность"; Определения; Цели; Задачи; Формы и методы воздействия на население, акционеров, поставщиков; Виды контактов с местными органами власти; Самоорганизация и самообразование в процессе взаимодействия с другими фирмами; Контакты с правительственными и неправительственными организациями..

3. Основы коммуникации в Паблик рилейшнз. Связи с общественностью" в конфликтных и предконфликтных ситуациях. Понятие коммуникации. Основные модели коммуникаций. Интегрированные социальные коммуникации. Уровни интегрированных социальных коммуникаций. Управление коммуникативными процессами. Информация в процессе коммуникаций.

Понятие конфликтной ситуации, выявление конфликта, практические действия по нейтрализации конфликтной ситуации; Борьба со слухами; Действия службы "Паблик Рилейшнз" по предупреждению и предотвращению внутрифирменных и внешних конфликтов..

4. Отношения со средствами массовой информации. Формы подачи информационно - новостных материалов. Этика отношений с прессой; Двусторонняя взаимовыгодная связь - основа отношений со средствами массовой информации; Ответственный за связь прессой; Предоставление новостей и информационных услуг; Организация информационного центра; Пресс-релизы; Использование для решения коммуникативных задач современных технических средств и информационных технологий в процессе подготовки информационных сообщений и пресс-релизов. Пресс-конференция. Конференция. Презентация. Пресс-тур. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий. Материалы для непосредственной публикации в СМИ. Распространение слухов. Медиа-карта..

Разработал:

старший преподаватель
кафедры ЭиУ
Проверил:
Декан ТФ

Е.В. Дирша

А.В. Сорокин