

Аннотация дисциплины Б.1.2.12 Дисциплина. Опыт связей с общественностью в государственных учреждениях, в негосударственных и коммерческих организациях в Республике Марий Эл

Дисциплина "Опыт связей с общественностью в государственных учреждениях, в негосударственных и коммерческих организациях в Республике Марий Эл" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Реклама и связи с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях" направления подготовки "42.03.01 Реклама и связи с общественностью".

Дисциплина изучается в 4 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 108/3 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме зачет.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
2. ПК-4 Способен применять результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Связи с общественностью (PR) как социальный феномен.
2. Понятие и особенности государственного учреждения. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления Республики Марий Эл.
3. Связи с общественностью в органах власти.
4. Основы социально значимых ценностей в рекламе.
5. Понятие негосударственных организаций. Особенности функционирования.
6. Понятие коммерческой организации. Связи с общественностью в коммерческих организациях.
7. Особенности использования различных видов коммуникации в PR: сильные и слабые стороны использования каждого вида средств коммуникаций в PR-кампаниях: печатные СМИ, телевидение и радио, телефон и сотовая связь, Интернет.
8. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ. Право общества на получение информации.
9. Особенности проведения рекламных исследований. Рекламная и PR кампания. Особенности коммуникационного продукта.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, игровые процедуры, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, деловая игра, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, мини-проекты, ролевая игра.