

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.10.02 МАСТЕР-КЛАСС «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОССТРУКТУР»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – раскрыть теоретические основы деятельности PR-структур в системе государственного управления Российской Федерации и сформировать базовый понятийный аппарат для осмысления коммуникационных процессов, способов и технологий управления этими процессами в системе государственных организаций.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного управления;
- сообщить теоретические и фактические знания, необходимые для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями;
- сформировать базовый понятийный аппарат, необходимый для восприятия и осмысления информационных процессов в органах государственной власти и управления.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.10.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

- способностью организовывать производство, подготовку к выпуску и распространение рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды, а также с учетом возможностей традиционных и современных рекламных технологий (ПКВ-1);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области социальной, государственной, коммерческой, общественной рекламы и в средствах массовой информации (ПКВ-2);
- способностью под контролем осуществлять мероприятия в рекламной сфере (ПКВ-3);
- способностью под контролем осуществлять производство, подготовку к выпуску и распространение рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды (ПКВ-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- навыки работы в отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы государственных структур (институтов);
- способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения.

Уметь:

- устанавливать и использовать информационные источники для учета потребностей заинтересованных сторон при планировании деятельности органа власти;
- анализировать, проектировать и осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации.

Владеть:

- технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;
- способностью распространение рекламной продукции государственных органов среди населения.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов)

5. Дополнительная информация: зачет в устной форме.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.