

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.30 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ
ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – раскрыть теоретические основы формирования связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления Российской Федерации и показать политическую практику взаимодействия общественных организаций с различными социальными группами современного общества и сформировать базовый понятийный аппарат для осмысления коммуникационных процессов, способов и технологий управления ими в системе государственных и общественных организаций.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления;
- ввести в проблематику государственного маркетинга, политической коммуникации, теории социального 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, общественно-политических организациях и движениях.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.30.

Изучение данной дисциплины опирается на знания в области рекламы и связей с общественностью. Она является логическим дополнением ранее изучаемых дисциплин: «Основы теории коммуникации», «Коммуникация в сфере PR», «История», «Экономика», «Социология».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общепрофессиональные:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

профессиональные:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области социальной, государственной, коммерческой, общественной рекламы и в средствах массовой информации (ПКВ-2).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- навыки работы в отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы государственных и муниципальных структур;

- способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения;
- принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями и общественными организациями;

Уметь:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;
- собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство;

Владеть:

- технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;
- навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей;
- навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.

4. Общий объем дисциплины: 5 з. е. (180 часов).

5. Дополнительная информация:

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

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет и экзамен в устных формах.