

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
Б1.В.ДВ.08.02 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.08.02) 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**

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.