

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДВ.07.02 Управление общественными отношениями

**Наименование образовательной программы:** *Стратегическое и операционное управление персоналом организации*

**Код и наименование направления подготовки:** *38.03.03 «Управление персоналом»*

**Форма обучения:** *очная*

#### **Планируемые результаты освоения дисциплины:**

дает определения основных теоретических положений: информирование, целевые группы, общественное мнение, имидж; осуществляет аналитическую и практическую деятельности в сфере формирования общественного мнения и конструирования имиджа организации; осуществляет аналитическую и практическую деятельности в сфере управления коммуникативным процессом организации во внутренней и внешней среде.

**Объем дисциплины:** по очной форме обучения на 4 курсе во 2 семестре, общая трудоемкость 108 часов (3 ЗЕТ); по очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем 38 часа из них 12 часов лекционных занятий, 24 часа практических занятий и 34 часа выделено на самостоятельную работу обучающихся.

**Структура дисциплины:** *Тема 1. Коммуникационный менеджмент: содержание основных понятий, функции; Тема 2. Технологические субъекты управления коммуникациями; Тема 3. Управление коммуникациями: содержание основных понятий; Тема 4. Общественное мнение как объект управления общественными отношениями; Тема 5. Корпоративный имидж: основные направления конструирования; Тема 6. Событийный менеджмент; Тема 7. Коммуникационные каналы: общее и особенное; Тема 8. Основные направления управления общественными отношениями.*

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен

#### **Основная литература.**

1. Горбатова Н. В. Организация работы отдела по связям с общественностью: учеб.пособие . - 112 с. СПб.: Изд-во СЗИ РАНХиГС – 2012.
2. Вылегжанин, Д.А. Теория и практика PR. [Электронный ресурс] : Учебные пособия. - М. - 371 с. ФЛИНТА – 2014 – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/51789>.
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие. — 159 с. М.: Аспект Пресс – 2012 – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976>.