

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Основы PR-менеджмента»**

Направление подготовки – *41.03.01 Зарубежное регионоведение*

Направленность (профиль) – *«Европейские исследования (финно-угорские страны и регионы)»*

Уровень высшего образования – *бакалавриат*

Форма обучения – *очная*

Год начала подготовки – *2017*

Цель изучения дисциплины	формирование способности владеть техниками установления профессиональных контактов, развития профессионального общения и управления этими процессами.
Задачи	<ul style="list-style-type: none"> – изучить базовый понятийный аппарат, необходимый для осмысления PR-процессов и управления ими в организациях; – изучить основные теоретические подходы на место и роль связей с общественностью в различных сферах общественной жизни; – изучить современные методы и технологии, используемые в организации и управлении общественными связями.
Темы дисциплины	<p>Тема 1. PR как деятельность. Основные организационные структуры в связях с общественностью. PR-подразделения в крупных государственных структурах. Положение о PR-службах региональных органов власти: цели, задачи, функции. Службы по связям с общественностью в органах государственной власти Республики Коми. PR-подразделения в коммерческих структурах. PR-отдел организации: преимущества и недостатки. Цель, направления и уровни деятельности PR-подразделения коммерческой организации. PR-сотрудники организации: условия, необходимые для качественных связей с общественностью; компетентность. Роль связей с общественностью в современном обществе.</p> <p>Тема 2. Корпоративный PR. Управление внутренним PR: понятие, задачи, методы и средства реализации. Корпоративная культура. Фирменный стиль. Корпоративный имидж организации Роль связей с общественностью в создании корпоративного пространства и в формировании корпоративной культуры.</p> <p>Тема 3. Общественность и общественное мнение. Управление взаимодействием с общественностью и общественным мнением. Понятие общественности: классический и ситуационный подходы. Типология групп общественности. Традиционные подходы к определению целевых групп общественности. Общественное мнение. Феномен общественного мнения. Особенности общественного мнения в России. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение.</p> <p>Тема 4. Средства массовой коммуникации.</p>

	<p>Управление процессом взаимодействия PR и СМИ. Общие принципы взаимодействия. Медиарилейшнз. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relations). Дифференциация СМИ, возможности и перспективы работы с ними в современный период. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Этапы, логика и механизмы управления информацией. Организационные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой.</p> <p>Тема 5. Тайм-менеджмент. Управление рабочим временем и временем отдыха. Организация рабочего дня и рабочей недели. Правила организации отдыха. Технологии планирования времени. Информация и методы эффективной работы с ней.</p> <p>Тема 6. Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Понятие и классификация кризисов. Подготовка к кризисным ситуациям. Управление PR в кризисных ситуациях. Правила организации отдыха.</p>
--	---