

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"**

Корпоративный PR

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

Аннотация рабочей программы дисциплины

Закреплена за кафедрой **Кафедра управления и связей с общественностью**

Квалификация	Бакалавр	
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	
Форма обучения	очная	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты с оценкой 6
аудиторные занятия	54,4	
самостоятельная работа	89,6	
часов на контроль	0	
Форма обучения	очно-заочная	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты с оценкой 7
аудиторные занятия	14,4	
самостоятельная работа	1275,6	
часов на контроль	4	
Форма обучения	заочная	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачет с оценкой 6
аудиторные занятия	14,4	
самостоятельная работа	126	
часов на контроль	3,6	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	18		18	
Практические	36		36	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	54,4		54,4	
Контактная работа	54,4		54,4	
Сам. работа	89,6		89,6	
Итого	144		144	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	6		6	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	14,4		14,4	
Контактная работа	14,4		14,4	
Сам. работа	125,6		125,6	
Часы на контроль	4		4	
Итого	144		144	

**Распределение часов дисциплины по курсам
заочная форма**

Курс	3		Итого	
Вид занятий				
Лекции	6		6	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	14,4		14,4	
Контактная работа	14,4		14,4	
Сам. работа	126		126	
Часы на контроль	3,6		3,6	
Итого	144		144	

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины формирование представлений о построении корпоративных коммуникаций, создании и укреплении корпоративной культуры, поддержании лояльности персонала к организации.

Задачи дисциплины:

- изучение инструментов внутреннего PR;
- изучение внутренних коммуникации в организации и способов управления ими;
- изучение формирования корпоративного имиджа для сотрудников;
- ознакомление с элементами корпоративной культуры;
- изучение профилактики конфликтов и негативных слухов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:		Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Управление PR-проектами	
2.1.2	Управление проектами	
2.1.3	Связи с общественностью через СМИ	
2.1.4	Правовые основы PR	
2.1.5	Теория и практика рекламы	
2.1.6	Теория и практика связей с общественностью	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта	
2.2.2	преддипломная практика	
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1. Способен 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-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;

Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;

Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.

ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

Уметь: правильно использовать технологические инструменты;

Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.

ПК-1.3: Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.

ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и совре-

менных средств рекламы
ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы,
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами

ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;
Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.

ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов

ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3.1: Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью
Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR- проекта.

ПК-3.2: Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта;
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале.

ПК-3.3: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции
Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать: <ul style="list-style-type: none"> • инструменты и информационные каналы внутреннего PR; • принципы построения внутренних коммуникаций; • факторы формирования лояльности сотрудников к организации; • компоненты корпоративной культуры; • составляющие внутреннего имиджа организации; • основные причины внутренних конфликтов в организации; • основы формирования слухоустойчивой среды в организации.
------------	--

3.2	Уметь: <ul style="list-style-type: none">• самостоятельно работать с информационными источниками по тематике дисциплины;• использовать психологические тесты для диагностики персонала на лидерские качества, конфликтность и др.;• формировать и исследовать ценности организации, внутреннюю культуру;• планировать и организовывать корпоративные мероприятия;
3.3	Владеть: <ul style="list-style-type: none">• инструментами исследования внутренней среды организации для выявления проблем, требующих решения средствами PR;• инструментами нематериальной мотивации сотрудников к труду, работе в команде, лояльной организации.