

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Наименование дисциплины (модуля)

Основы корпоративных технологий

### Наименование ОПОП ВО

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

### Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины: формирование компетенций, направленных на применение корпоративных PR-технологий в бизнесе, местном управлении, некоммерческих и негосударственных организациях, учреждениях образования, средствах массовой информации и развитие умений профессионального их использования для достижения взаимовыгодных, согласованных с интересами общества целей.

Задачи освоения дисциплины «Основы корпоративных технологий»:

-приобретение студентами компетенций в области управления корпоративной культурой и нравственной саморегуляции профессиональной деятельности.

- изучить особенности, проблемы и перспективы моделей и технологий развития корпоративной социальной ответственности, а также формы взаимодействия со всеми видами целевыми аудиториями.

Дисциплина направлена на подготовку выпускников, способных понимать и анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые проблемы деловой этики и корпоративной культуры, владеющих знаниями о технологиях управления корпоративной культурой, этике сферы бизнеса и рекламы, управленческой этике, и умеющих их использовать в практической деятельности.

Основные понятия, термины: интегрированные маркетинговые коммуникации, коммуникативные технологии, корпоративная культура, корпоративная социальная ответственность (КСО), благотворительность, PR, социальная ответственность, социальная эффективность.

### Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)	ПКВ-1 : Способен участвовать в организации и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКВ-1.1к : Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникативного проекта по рекламе и связям с общественностью	РД1	Знание	Функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникативного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ПКВ-4 : Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПКВ-4.4к : Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	РД3	Навык	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
	ПКВ-5 : Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПКВ-5.2к : При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	РД2	Умение	Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

### Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Корпоративные PR-технологии как вид деятельности.
- 2) Корпоративные PR- технологии как функция менеджмента.
- 3) Внутрикорпоративные технологии
- 4) PR-кампания и ее проведение.
- 5) Корпоративные PR-технологии в бизнесе.
- 6) Корпоративные PR-технологии в маркетинговых коммуникациях компании
- 7) Взаимоотношение с органами власти различных уровней
- 8) Отношения со средствами массовой информации

### Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- ёмкость	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес- тации	
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.В	5	4	55	18	36	0	1	0	89	Э

**Составители(ль)**

*Афонин А.А., старший преподаватель, Высшая школа кино и телевидения,  
AA.Afonin@vvsu.ru*

*Павелкина Л.С., кандидат политических наук, доцент, Высшая школа кино и  
телевидения, Pavelkina.LS@vvsu.ru*