

**Аннотация к рабочей программе  
дисциплины PR-отдел коммерческой организации**

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль):** Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Квалификация выпускника:** бакалавр

**Цель освоения дисциплины:** подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями в области задач, предъявляемых рынком к современным отделам по связям с общественностью.

**Объем дисциплины:** 3 з.е / 108 ч.

**Семестр:** 7 семестр

**Краткое содержание основных разделов дисциплины:**

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Общие принципы организации и функционирования PR-отдела.	Функциональный подход и схемы организации PR-подразделения. Направления деятельности PR-подразделения. Основные разделы Положения о PR-подразделении. Пресс-служба как структурное подразделение в составе PR-отдела.
2	Функции и задачи отдела по связям с общественностью	Задачи отделов рекламы и связей с общественностью. Функции отделов рекламы и связей с общественностью. Причины, создающие потребность в отделах по связям с общественностью и рекламы. Работа с большими объемами информации маркетингового и рекламного характера.
3	Правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-отдела	Коммуникационная тактика. Постановка цели. Классификация целей. Отбор целевых аудиторий. Цели по аудиториям. Инструменты формирования корпоративной культуры организации, инструментами внутреннего репутационного аудита, инструменты коммуникационного взаимодействия со внутренними аудиториями.
4	Организация работы PR-подразделений со СМИ	Виды PR в СМИ. Классификация PR-информации. План работы с масс-медиа. Перспективное планирование работы. Базы данных по СМИ. Информационные поводы. Мониторинг состояний информационной и индустриальной среды. Типы итоговых документов.
5	Оценка эффективности деятельности PR-отдела.	Принципы оценки эффективности деятельности PR-отдела. Базовые критерии оценки эффективности. Методы оценки эффективности. Методика определения промежуточных и результирующих итогов. Оценка эффективности отдельных PR-инструментов. PR-аудит.
6	Характеристика современных российских пресс-служб.	Пресс-службы в органах государственной власти. Пресс-службы в коммерческих организациях. Пресс-службы в финансовой сфере. Пресс-службы политических партий и движений.

**Форма промежуточной аттестации: зачет**