

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА» В Г. ТАШКЕНТЕ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ, БИЗНЕСА И ФИНАНСОВ**

**КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ»**

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ОД.9 «ПАБЛИК-РИЛЕЙШНЗ»**

**Направление подготовки: 38.03.01 - «Экономика»**

**Профиль бакалавриата:**

Экономика социально-трудовых отношений

**Квалификация выпускника: Бакалавр (академический)**

Ташкент 2015

**Цель изучения дисциплины** является ознакомление студентов системой связи с общественностью, набором инструментов в современных условиях развития экономики собирать, осмысливать и распространять позитивные традиции исторически сложившиеся предпринимательства и анализа для дальнейшего углубленного исследования и изучения прикладных дисциплин маркетингового направления. В процессе изучения курса студент должен освоить основные методы, технику и технологию управления, получить определенные навыки для использования их в практике управления организацией в условиях сложного и динамичного окружения. После изучения курса студент должен знать и понимать назначение и возможности используемых средств и способов управления деловой организацией, находить на практике приемы совершенствования ее деятельности.

**Учебные задачи дисциплины:**

- дать студентам знания фундаментальных основ о рыночных и общественных связях и элементов современного цивилизованного рыночного механизма и деятельность публич рилейшнз;
- показать закономерности функционирования концепции публич рилейшнз, основные принципы поведения, роль и место PR в организации маркетинговой деятельности цели задачи и функции ПР;
- раскрыть сущность и значение общественность и общественное мнение, формы делового общения, планирование и организация связей с общественностью, системные отношения средств коммуникаций в обществе, механизм взаимодействия со средствами массовой информации;
  - формирование у студентов современного управленческого мышления;
  - выработка навыков научного анализа управленческих проблем в т.ч. изучение методов управления организацией и выработка навыков их применения;
- привить навыки в поиске идей и исследования ситуационного анализа конкурирующих идей, процессов и явлений;
- привить навыки стратегии идеи и конструктивные решение проблем;
- сформировать экономическое, стратегическое, конкурирующие идеи и мышление.

**Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)**

Изучение данной дисциплины «Публич Рилейшнз», возникла на стыке социальной психологии, логики, менеджмента и маркетинга и поэтому предлагает предварительное освоение социально-экономических и общественных дисциплин: философия, экономическая теория, социологии, психология, основ управления менеджмента и маркетинга.

Дисциплина «Публич Рилейшнз» является элементом базовой (общепрофессиональной) части профессионального цикла (код Б1.В.ОД.9)

Федерального Государственного Образовательного стандарта высшего образования по направлению бакалавриата - 38.03.01 «Экономика».

«Паблик Рилейшнз» является экономической дисциплиной в подготовке будущих управленцев, администраторов, бизнесменов и экономистов, предшествует изучению обязательных дисциплин учебного плана по направлению 38.03.01 «Экономика». Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Менеджмент», «Маркетинг», общей теории маркетинга, маркетинговые исследования, маркетинговые коммуникации, маркетинг-менеджмент и др. Все остальные дисциплины специальности и специализации тесно взаимосвязаны с ним.

**Для успешного освоения дисциплины «Паблик Рилейшнз» студент должен:**

**Знать:**

- категории, концепцию и основные принципы PR, главные направления и содержание маркетинговых исследований, сущность стратегии и тактики PR, систему и методы организации рекламы и др.;

-сущность и основные элементы системы современного PR ;

- специфические особенности PR деятельности предприятий и организаций;

-инструменты PR, необходимые при принятии PR решений по товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политике предприятий ;

**Уметь:**

- правильно определить и использовать в конкретной проблемной экономической ситуации методы или приемы, изученные в PR теории и закрепленные в процессе практических занятий;

-анализировать PR возможности, находить оптимальные формы и методы PR работы предприятия на различных рынках.

-формировать адекватные стратегии и планы PR деятельности.

-выявлять проблемы PR характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения;

**Владеть:**

-навыками применения и использования PR инструментария для решения PR задач;

-навыками в подготовке, планировании и проведении процессов, процедур, мероприятий для осуществления PR деятельности на предприятии.

-навыками и методикой использования некоторых педтехнологий для более глубокого изучения основ теории PR;

-навыками составления PR плана хозяйствующего субъекта;

Изучение дисциплины «PR» необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин как «Стратегический инновационный менеджмент», «Инновационный маркетинг», «Стратегический маркетинг» «PR исследования», «Бизнес-планирование» и др. студентов.

### ***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

#### **общекультурные компетенции (ОК):**

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

#### **общепрофессиональные компетенции (ОПК):**

способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач (ОПК-2);

**профессиональные компетенции (ПК),** соответствующие виду профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата:

#### **расчетно-экономическая деятельность:**

способностью собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-1);

#### **организационно-управленческая деятельность:**

способностью организовывать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта (ПК-9);

#### **педагогическая деятельность:**

способностью использовать в преподавании экономических дисциплин в образовательных организациях различного уровня существующие программы и учебно-методические материалы (ПК-12).

### **В результате освоения компетенций студент должен:**

#### **(ОК- 1)**

В результате освоения компетенции **ОК- 1** студент должен:

**1. Знать:** категории, концепцию и основные принципы PR, главные направления и содержание маркетинговых исследований

**2. Уметь:** использовать понятийный аппарат PR, анализировать стратегию и тактику PR, систему и методы организации рекламы

**3. Владеть:** способностью собирать и анализировать необходимые данные, составлять обзоры по теме

#### **(ОК-2)**

В результате освоения компетенции **ОК- 2** студент должен:

**1. Знать:** основные этапы развития и базовые научные подходы к практической реализации концепции PR-менеджмента

**2. Уметь:** устанавливать характер взаимодействия между подсистемами организации; анализировать соотношение и сущность функций управления, оценивать предлагаемые варианты решений в области PR

**3. Владеть:** методологией исследования систем формирования связей с общественностью в исторической ретроспективе, навыками аналитической работы

**(ОК-7)**

В результате освоения компетенции **ОК- 7** студент должен:

**1. Знать:** методологию составления информационных обзоров и аналитических отчетов, базовые принципы научно-исследовательской деятельности

**2. Уметь:** осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для решения проблем в области формирования связей с общественностью

**3. Владеть:** современными методами сбора, обработки и анализа управленческих, экономических и социальных данных, навыками их использования в контексте работы отдела по связям с общественностью

**(ОПК-2)**

В результате освоения компетенции **ОПК- 2** студент должен:

**1. Знать:** особенности практики PR, становление PR-менеджмента как профессии, значение PR для деятельности фирм, искусство делового общения как основной элемент PR-менеджмента

**2. Уметь:** осуществлять сбор информации в целях формирования устойчивых связей с общественностью при эффективном использовании информационных коммуникационных технологий

**3. Владеть:** современной методикой формирования стратегии внутренних и внешних коммуникаций, навыками сбора информации для проведения аналитической работы

**(ПК-1)**

В результате освоения компетенции **ПК-1** студент должен:

**1. Знать:** сегментацию рынка как процесс выделения групп потребителей сущность позиционирования как категории потребительского восприятия

**2. Уметь:** оценить уровень сегментации рынка, произвести выбор целевого рынка, произвести расчеты емкости рынка, выявлять и анализировать синергетические эффекты

**3. Владеть:** навыками построения организационно-деловых отношений, навыками разработки функциональной PR стратегии с использованием информационно-компьютерных технологий

**(ПК-9)**

В результате освоения компетенции **ПК-9** студент должен:

**1. Знать:** этапы коммуникационного процесса, виды и сущность коммуникации, классификацию видов деловых отношений сущность имиджа руководителя и корпоративного имиджа организации, формы и методы управления человеком и группой; лидерские функции

**2. Уметь:** определять причины вступления людей в группы; выявлять факторы, влияющие на эффективность работы; разрешать конфликты в организационной среде, эффективно делегировать полномочия, устанавливать эффективные связи с общественностью

**3. Владеть:** лидерскими качествами, приемами ведения дискуссий и результативной работы в группе, способами формирования группового сознания, методами ведения деловой беседы и переговоров

**(ПК-12)**

В результате освоения компетенции **ПК-12** студент должен:

**1. Знать:** особенности формирования средств массовой коммуникации, специфику работы специалиста по связям с общественностью

**2. Уметь:** использовать существующие материалы образовательной программы в целях повышения профессиональной квалификации

**3. Владеть:** навыками анализа профессионального уровня собеседника, способностью к работе в коллективе, самообучению и взаимному обучению

### ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ»

№ п/п	Наименование разделов и тем	Аудиторные часы				Самостоятельная работа (формы, часы)	Интерактивные формы обучения	Формы текущего контроля
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего			
<b>Модуль 9</b>								
1	Паблик рилейшнз как наука о рыночных и коммерческих связях	2	4	-	16	Письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам, 10 часов	А.д.с., проблемный семинар / 2	Рефераты, презентации, доклады, конспекты, тесты.
2	Общая характеристика связей с общественностью	2	4	-	16	Письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам, 10 часов	Мозговой штурм / 4	Конспект, реферат, презентация, доклад, глоссарий
3	Паблик рилейшнз и отношения с государством	4	4	-	20	Письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам, 12 часов	Решение ситуационных задач / 4	Конспект, реферат, презентация, доклад, глоссарий
4	Планирование и организационные формы управления паблик рилейшнз	2	4	-	18	Письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам, 12 часов	Ситуационные задачи, мозговой штурм / 2	Конспект, реферат, презентация, доклад, глоссарий

						часов		
5	Системные отношения средств коммуникаций в обществе	2	2	-	14	Письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам, 10 часов	Мозговой штурм / 2	Конспект, реферат, презентация, доклад, глоссарий
6	Маркетинговые коммуникации	2	2	-	16	Письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам, 12 часов	Решение ситуационных задач / 2	Конспект, реферат, презентация, доклад, глоссарий
<b>Итого:</b>		<b>14</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>108</b>	<b>74</b>	<b>8/8</b>	
<b>Всего по дисциплине</b>		<b>14</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>108</b>	<b>74</b>	<b>16</b>	<b>ЗАЧЕТ</b>

**Форма контроля:** зачет

**Разработчик:** д.э.н. Зокирова Н.К. , ст. преп. Таиров С.О.

**Зав. кафедрой «Экономика труда и управление»**  
д.э.н., проф. Зокирова Н.К