

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
А.С. Огрин



## АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «**Коммуникационная подготовка**»

Направление подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Профиль «**Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях**»

Программа разработана на кафедре **управления и связей с общественностью**

<b>Место дисциплины в учебном плане</b>	Учебная дисциплина «Коммуникационная подготовка» относится к базовой части блока Дисциплины (модули).
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Формирование у студентов системных знаний о концептуальных основах коммуникационного менеджмента как научного управления потоками информационного взаимодействия людей, их групп, общественных и политических формирований с целью решения стратегических и тактических задач в развитии общественных отношений.
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</b>	<b>ОПК-6</b> – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; <b>ПК-14</b> – способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; <b>ПК-16</b> – способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<b>Знает:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• объект, предмет, методологию коммуникационного менеджмента, место теории коммуникационного менеджмента в системе социальных наук;</li><li>• особенности коммуникаций с клиентами, инвесторами, общественностью;</li><li>• специфику внутриорганизационных коммуникаций;</li><li>• требования информационной безопасности.</li></ul> <b>Умеет:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• применять анализ и осмысление проводимой коммуникационной политики;</li><li>• пользоваться способностями к коммуникации в устной и письменной форме;</li><li>• разрабатывать коммуникационные проекты;</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• определять коммуникационную структуру организации;</li> <li>• планировать информационную компанию;</li> <li>• организовывать подготовку и выпуск распространяемой рекламной продукции.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• управленческой терминологией;</li> <li>• средствами корпоративной коммуникации;</li> <li>• современными информационно-коммуникационными технологиями;</li> <li>• современными коммуникативными технологиями в сфере рекламы.</li> </ul>
<p><b>Краткая характеристика учебной дисциплины</b></p>	<p>Тема 1. Общие представления о дисциплине «Коммуникационная подготовка»</p> <p>Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс</p> <p>Тема 3. Механизмы управления коммуникациями</p> <p>Тема 4. Особенности управления информационными потоками внутри фирмы</p> <p>Тема 5. Коммуникационный процесс во внешней сфере организации</p> <p>Тема 6. Информационные потоки в организациях. Структура коммуникации в организации</p>
<p><b>Форма итогового контроля знаний</b></p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрены зачет и зачет с оценкой, которые проводятся в форме устного опроса.</p>