

Аннотация рабочей программы дисциплины «Деловое администрирование и связи с общественностью»

Целью освоения дисциплины «Деловое администрирование и связи с общественностью» является предоставление возможности обучающимся ознакомления с новыми эффективными идеями и различными технологиями в области развития делового администрирования и общественных связей, через поддержку государственного управления, местного самоуправления, деловой сферы и предпринимательства, реализации отдельных PR-проектов и широкомасштабных программ, что позволят слушателям быть конкурентоспособными на рынке труда, эффективно работать по направлению на уровне мировых стандартов.

Задачи дисциплины:

- получить представление о деловом администрировании в организации;
- раскрыть специфику основных направлений делового администрирования, а также возможности его применения в сфере управления инновациями
- сформировать компетенции в области реализации отдельных направлений делового администрирования;
- сформировать знания о концепциях организации общественных связей за рубежом и в России, познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития мирового PR, уяснить специфику российской ситуации;
- дать возможность слушателям освоить некоторые методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и политике.

Названия тем, основных вопросов в виде дидактических единиц:

1. Введение в деловое администрирование
Сущность, цели и функции делового администрирования. Малый бизнес – основа современной рыночной инфраструктуры. Система бизнес-администрирования. Принципы бизнес-администрирования.
2. Антикризисное управление как сфера бизнес-администрирования
Кризис предприятия. Сущность и виды банкротства. Основные причины возникновения Кризисной ситуации. Разработка антикризисной стратегии предприятия. Анализ стратегии предприятия, находящегося в кризисной ситуации. Бизнес-план как инструмент финансового оздоровления предприятия.
3. Управление маркетингом. Эффективность маркетинга в бизнес-администрировании.
Управление маркетингом. Концепция эффективности управления маркетингом. Оценка эффективности маркетинговой деятельности
4. Базовые документы по PR
Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования; оперативные рабочие информационные документы. Служебные PR-документы. Виды рабочих мероприятий
5. Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе
Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Становление PR как науки и учебной дисциплины. Теория массового общества и роль СМИ.
6. Проблемы массовой коммуникации как подсистемы управления
Управление и коммуникация. Понятие коммуникации, ее сущность и структура. Основные каналы и институты коммуникации. Социальная и техническая коммуникация. Модель Г. Лассауэлла.
7. Основные организационные структуры в связях с общественностью
Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение. Определение понятий «лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов», экономическое, финансовое сообщество, политическая, социокультурная, клерикальная, профессиональная среда.

Объем дисциплины 2 з.е.

Форма промежуточного контроля – *зачет*.