

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.21 Социология коммуникаций и связи с общественностью

по направлению подготовки: 39.03.01 Социология

по профилю Экономическая социология и маркетинг

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ГМУС

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Государственного, муниципального управления и социологии»

1. Цели освоения дисциплины «Социология коммуникаций и связи с общественностью»[^]

- 1) изучить структуру и массовой коммуникации и специфику построения массовой коммуникации, направленной на различные социальные группы;
- 2) изучить основные приемы построения массовой коммуникации в России и за рубежом;
- 3) изучить основные направления и формы развития связей с общественностью в российской действительности и за рубежом;
- 4) рассмотреть перспективные направления развития массовых коммуникаций и связей с общественностью в России.

2. Содержание дисциплины «Социология коммуникаций и связи с общественностью»

Социология коммуникаций и Управление общественными отношениями как область знаний и область деятельности

Массовая и межличностная коммуникации. Основные теории массовых коммуникаций

Модели коммуникации и их характеристика

Медиа и власть в современной России

Новые виды СМК и глобальные информационные потоки

Коммуникационное взаимодействие организации со СМИ

Лоббирование как один из инструментов отстаивания интересов организации

Формирование позитивного имиджа организации и ее руководителя

Модульные технологии в реализации PR-проектов

3. В результате освоения дисциплины «Социология коммуникаций и связи с общественностью» обучающийся должен:

Знать:

- основ коммуникативной деятельности;
- правил стратегического управления поведением внешней и внутренней сред организации;
- способов формирования общественного мнения и настроения.

Уметь:

- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- устанавливать и вести устойчивые коммуникативно-информационные связи с различными группами общественности,
- формировать положительный имидж и репутацию компании в глазах населения.
- планировать и осуществлять исследование общественного мнения в рамках разработки PR-проекта.

Владеть:

- навыками разработки механизмов согласования интересов социальных групп и проектов развития региона и города;
- навыками разрешения конфликта интересов с позиций социальной ответственности,
- социально-политико-психологическими методами управления поведением целевой аудитории,
- навыками коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия,

• навыками работы в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия,

Зав.каф. ГМУС

 Гузиков А.Р.