

**Тематический план самостоятельной работы студента
по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в здравоохранении»
для обучающихся по образовательной программе
направления подготовки 38.03.02. Менеджмент, профиль Управление в
здравоохранении (уровень бакалавриата)
форма обучения очно-заочная
на 2023-2024 учебный год**

№	Темы самостоятельной работ	Часы (академ.)
1.	Сущность, структура и функции рекламной деятельности и связей с общественностью ¹ . Предметная область дисциплины. Структура и функции связей с общественностью. Основные модели связей с общественностью. Профессиональный язык ² .	10
2.	Профессиональные требования к современным специалистам по рекламе и связям с общественностью ¹ . Понятие профессиограммы. Основные профессиональные качества специалиста по связям с общественностью. Корпоративное регулирование деятельности по связям с общественностью. ²	10
3.	Правовое регулирование рекламы и деятельности по связям с общественностью ¹ . Правовое обеспечение связей с общественностью; законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность, законы о СМИ, рекламе. ²	10
4.	Реклама и связи с общественностью как система коммуникаций ¹ . Системы управления информацией: паблик рилейшнз (PR) – связи с общественностью; GR (связи с государственными органами); IR (связи с инвесторами). ²	10
5.	Организационные формы деятельности PR-структур и служб ¹ Отдел (управление) по связям с общественностью: структура, функции, кадровое обеспечение. Пресс-центр, пресс-бюро: структура, функции, кадровое обеспечение. Типология специалистов по связям с общественностью. ²	10
6.	Составные части и направления профессиональной деятельности по связям с общественностью ¹ Информирование общественности. Формирование общественного мнения Управление кризисными ситуациями. Связи с общественностью как элемент антикризисного управления ²	10
7.	Российские и международные кодексы профессиональных и этических принципов PR-специалистов. ¹ Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение. ²	10
8.	Типология субъектов коммуникации в связях с общественностью ¹ Понятие целевой аудитории. Виды целевых аудиторий. Понятие ключевой аудитории. Характеристика ключевых аудиторий. Новые информационно-коммуникационные технологии как основа цифровой экономики. Специфика работы PR-специалиста в условиях цифровой среды. Расширение компетенций и формирование новых навыков работы в области digital-коммуникаций. ²	12

	Итого	82
--	-------	----

¹ – тема самостоятельной работы

² – сущностное содержание самостоятельной работы

Обсуждено на заседании кафедры экономики и менеджмента, протокол №13 от 20 июня 2023 г.

Заведующий кафедрой 

С.Ю. Соболева