

**Тематический план занятий лекционного типа  
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 занятий лекционного типа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Часы<br>(академ.) |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 1. | Сущность, структура и функции рекламной деятельности и связей с общественностью <sup>1</sup> .<br>Предметная область дисциплины. Структура и функции связей с общественностью. Основные модели связей с общественностью. Профессиональный язык <sup>2</sup> .                                                                                                                                                                                   | 1                 |
| 2. | Профессиональные требования к современным специалистам по рекламе и связям с общественностью <sup>1</sup> .<br>Понятие профессиограммы. Основные профессиональные качества специалиста по связям с общественностью. Корпоративное регулирование деятельности по связям с общественностью. <sup>2</sup>                                                                                                                                          | 1                 |
| 3. | Правовое регулирование рекламы и деятельности по связям с общественностью <sup>1</sup> .<br>Правовое обеспечение связей с общественностью; законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность, законы о СМИ, рекламе. <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                | 1                 |
| 4. | Реклама и связи с общественностью как система коммуникаций <sup>1</sup> .<br>Системы управления информацией: паблик рилейшнз (PR) – связи с общественностью; GR (связи с государственными органами); IR (связи с инвесторами). <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                     | 1                 |
| 5. | Организационные формы деятельности PR-структур и служб <sup>1</sup><br>Отдел (управление) по связям с общественностью: структура, функции, кадровое обеспечение. Пресс-центр, пресс-бюро: структура, функции, кадровое обеспечение. Типология специалистов по связям с общественностью. <sup>2</sup>                                                                                                                                            | 1                 |
| 6. | Составные части и направления профессиональной деятельности по связям с общественностью <sup>1</sup><br>Информирование общественности. Формирование общественного мнения Управление кризисными ситуациями. Связи с общественностью как элемент антикризисного управления <sup>2</sup>                                                                                                                                                           | 1                 |
| 7. | Российские и международные кодексы профессиональных и этических принципов PR-специалистов. <sup>1</sup><br>Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение. <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                    | 1                 |
| 8. | Типология субъектов коммуникации в связях с общественностью <sup>1</sup><br>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. <sup>2</sup> | 1                 |

|  |       |   |
|--|-------|---|
|  | Итого | 8 |
|--|-------|---|

<sup>1</sup> – тема лекции

<sup>2</sup> – сущностное содержание лекции

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

Заведующий кафедрой 

С.Ю. Соболева