

**Тематический план занятий семинарского 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 семинарского типа	Часы (академ.)
1.	Сущность, структура и функции рекламной деятельности и связей с общественностью <sup>1</sup> . Предметная область дисциплины. Структура и функции связей с общественностью. Основные модели связей с общественностью. Профессиональный язык <sup>2</sup> .	2
2.	Профессиональные требования к современным специалистам по рекламе и связям с общественностью <sup>1</sup> . Понятие профессиограммы. Основные профессиональные качества специалиста по связям с общественностью. Корпоративное регулирование деятельности по связям с общественностью. <sup>2</sup>	2
3.	Правовое регулирование рекламы и деятельности по связям с общественностью <sup>1</sup> . Правовое обеспечение связей с общественностью; законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность, законы о СМИ, рекламе. <sup>2</sup>	2
4.	Реклама и связи с общественностью как система коммуникаций <sup>1</sup> . Системы управления информацией: паблик рилейшнз (PR) – связи с общественностью; GR (связи с государственными органами); IR (связи с инвесторами). <sup>2</sup>	2
5.	Организационные формы деятельности PR-структур и служб <sup>1</sup> 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>	2
6.	Составные части и направления профессиональной деятельности по связям с общественностью <sup>1</sup> Информирование общественности. Формирование общественного мнения Управление кризисными ситуациями. Связи с общественностью как элемент антикризисного управления <sup>2</sup>	2
7.	Российские и международные кодексы профессиональных и этических принципов PR-специалистов. <sup>1</sup> 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> 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
9.	Промежуточная аттестация	2

	Итого	16
--	-------	----

<sup>1</sup> – тема занятия

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

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

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева