

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в здравоохранении»
для обучающихся 2025 года поступления
по образовательной программе
38.03.02. Менеджмент,
направленность (профиль) Управление в здравоохранении
(бакалавриат)
форма обучения очная
на 2026-2027 учебный год**

№	Тематические блоки	Часы (академ.) ³
3 семестр		
1.	Основы рекламы и связей с общественностью в здравоохранении. ¹ Предметная область дисциплины. Структура и функции связей с общественностью. Основные модели связей с общественностью/ Основные модели связей с общественностью ²	4
2.	Основы рекламы и связей с общественностью в здравоохранении. ¹ Профессиональный язык. Понятие профессиограммы. Основные профессиональные качества специалиста по связям с общественностью ²	4
3.	Основы рекламы и связей с общественностью в здравоохранении. ¹ Корпоративное регулирование деятельности по связям с общественностью ²	4
4.	Правовое обеспечение связей с общественностью. ¹ Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность, законы о СМИ, рекламе. ²	4
5.	Правовое обеспечение связей с общественностью. ¹ Системы управления информацией: паблик рилейшнз (PR) – связи с общественностью; GR (связи с государственными органами); IR (связи с инвесторами). ²	4
6.	Организация системы управления рекламной деятельностью и PR в медицинской организации. 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. Информирование общественности. Формирование общественного мнения. Управление кризисными ситуациями. Связи с общественностью как элемент антикризисного управления. ²	4
7.	Организация системы управления рекламной деятельностью и PR в медицинской организации. ¹ Российские и международные кодексы профессиональных и этических принципов PR-специалистов. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение ²	4
8.	Организация системы управления рекламной деятельностью и PR в медицинской организации. ¹ Типология субъектов коммуникации в связях с общественностью. Понятие целевой аудитории. Виды целевых аудиторий. ²	4
9.	Организация системы управления рекламной деятельностью и PR в медицинской организации. ¹ Новые информационно-коммуникационные технологии как основа цифровой экономики. Специфика работы PR-специалиста в условиях цифровой среды.	4

	Расширение компетенций и формирование новых навыков работы в области digital-коммуникаций. ²	
	Итого	36

¹ – тема

² – сущностное содержание

³ – один тематический блок включает в себя несколько занятий, продолжительность одного занятия 45 минут, с перерывом между занятиями не менее 5 минут

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и менеджмента им. Н.П. Григоренко, протокол от «02» июня 2026 г. № 11.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева