

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Современная пресс-служба»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины

Дать общую характеристику современным российским пресс-службам, познакомить студентов с основными формами работы пресс-службы со СМИ и общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление о месте и роли современной пресс-службы в системе массовых коммуникаций;
- изучить структуры и принципы организации пресс-служб, специфику работы пресс-служб в различных сферах общественной жизни
- познакомить студентов с основными принципами планирования и организации деятельности пресс-служб, формами работы пресс-службы со СМИ.
- изучит особенности подготовки текстовых материалов для публикации в СМИ.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Очная форма.

Дисциплина «Современная пресс-служба» Б1.В.ОД10. относится к вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 6 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Стилистика и литературное редактирование», «Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью», «Искусство», «Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины «Работа с рекламными и PR-текстами», «Теория и практика массовой информации»), а также социальные, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью», «Внутрифирменные коммуникации»). «Коммуникационный менеджмент», «Основы интегрированных коммуникаций».

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс «Современная пресс-службы» станет основой изучения различных процессов в рамках дисциплин: «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Продвижение СМИ», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Медиапланирование», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Технологии производства рекламного продукта», «Современные международные отношения и система глобальных коммуникаций», «Планирование антикризисных коммуникаций».

Заочная форма. Дисциплина «Современная пресс-служба» Б1.В.ОД7. относится к вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 7 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Искусство», «Введение в теорию и практику

рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины «Планирование антикризисных коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «PR в сфере культуры»), а также социальные, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Продвижение СМИ», «Стилистика и литературное редактирование», «Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью», «Креативные технологии в рекламе», «Работа с рекламными и PR-текстами»)

Данную учебную дисциплину дополняет параллельное освоение следующей дисциплины: «Современные международные отношения и система глобальных коммуникаций». «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов» «Внутрифирменные коммуникации», «Коммуникационный менеджмент», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Медиапланирование», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Управление общественным мнением», «Технологии производства рекламного продукта», «Интернациональная и национальная реклама».

«Основы интегрированных коммуникаций»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, копирайтинга	<p>Знать: основные понятия стилистики, принципы и приемы литературного редактирования и копирайтинга, типы текстов и документов, используемых в деятельности пресс-службы</p> <p>Уметь: создавать все виды профессиональных текстов и документов, осуществлять редакторский анализ и правку текста</p> <p>Владеть: навыками литературного редактирования копирайтинга, навыками корректуры</p>
ОПК5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>Знать: теоретические аспекты коммуникации и построения коммуникационных каналов, их достоинства и недостатки современные требования, предъявляемые к планированию, подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>Уметь: выявлять новые сферы деятельности и разрабатывать стратегические планы коммуникационных кампаний использовать современные технологии планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>Владеть: навыками анализа проблемных ситуации при планировании коммуникационных кампаний</p>
ПК1 Способность участвовать в создании эффективной	<p>Знать: технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации,</p>

коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p> <p>Уметь: проводить мероприятия по повышению и продвижению медиа- имиджа организации, ее руководителя, оценивать эффективность связей с общественностью в данном процессе</p> <p>Владеть: основными методами конструирования медиа-имиджа организации и ее руководителя;</p>
--	---

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков работы прессы, службы,
- подготовка, публичные презентации и обсуждение докладов;
- работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний)
- выполнение, презентация и защита проектного задания.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой,
- подготовка докладов;
- подготовка индивидуального проекта
- подготовка к выступлению на семинарах
- подготовка к зачету и пр.

6. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, разбора ситуаций).

Промежуточный контроль осуществляется путем подготовки докладов, презентаций. Промежуточный контроль предполагает усвоение студентом пройденной части учебного курса, а также степень знаний этих подходов. Выполнение домашних заданий и подготовка индивидуального проекта – так же формы промежуточного контроля.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.