

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Введение в теорию и практику связей с общественностью»

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

#### 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель освоения дисциплины:** Формирование у студентов систематического знания о роли и месте связей с общественностью в современном обществе, знания о методах, техниках и технологиях, применяемых в связях с общественностью, основных направлениях и сферах PR-деятельности.

#### **Задачи освоения дисциплины:**

- обозначить роль и место связей с общественностью в современном обществе, среди других смежных дисциплин
- изучить основные принципы, направления и сферы деятельности связей с общественностью
- дать знание об особенностях работы специалистов по связям с общественностью в различных сферах социальной действительности
- сформировать у студентов представление о профессиональных обязанностях, этических нормах и правилах поведения специалиста по связям с общественностью
- сформировать у студентов навыки анализа явлений социальной действительности с позиций специалиста по связям с общественностью, познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития PR.

#### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» относится к обязательной части дисциплин учебного плана бакалавров. Изучается в 1 и 2 семестрах.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** В начале её изучения в качестве входных студенты получают знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (сопутствующие дисциплины «Основы теории коммуникации», «Введение в теорию и практику рекламы», «Социальные институты и процессы»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть PR как специфического вида деятельности, теоретические и практические аспекты ее реализации.

#### **Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:**

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин, «Планирование PR-кампаний», «Современная пресс-служба», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Внутрифирменные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «Основы интегрированных коммуникаций», «Коммуникации в политических процессах и институтах», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Работа с рекламными и PR-текстами», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Технологии производства рекламного продукта», «Стилистика и литературное редактирование», «Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Планирование рекламных кампаний», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», учебная и производственная практика, ГИА.

### 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	<p><b>Знать:</b> требования к коммуникационным продуктам в процессе реализации PR-кампании</p> <p><b>Уметь:</b> использовать коммуникативные PR-технологии, принципы создания медиа-текстов, коммуникационных продуктов</p> <p><b>Владеть:</b> методиками составления материалов, документов в рамках подготовки и реализации PR-кампаний</p>
ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p><b>Знать:</b> современные требования, предъявляемые к подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью, факторы внешней внутренней среды компании</p> <p><b>Уметь:</b> На основе анализа внешней и внутренней среды организации разрабатывать программу PR-кампаний и отдельных PR-акций, реализовывать стратегию и тактику использования СМИ в связях с общественностью, разрабатывать различные PR-мероприятия и оценивать их эффективность</p> <p><b>Владеть:</b> Навыками анализа, участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью.</p>
ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p><b>Знать:</b> стратегии создания эффективной коммуникации, возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать возможные ситуации на рынке, моделируя ту или иную коммуникационную компанию, анализировать PR-кампании,</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками анализа, планирования, реализации PR-компаний, навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированными документами</p>

### 4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 5 зачетных единиц

### 5. Образовательные технологии

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

- проведение семинарских занятий, направленных на освоение вопросов курса
- проведение групповых дискуссий,
- выполнение практических заданий.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций;
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях;

- подготовка к зачетам и экзаменам непосредственно перед ними.

#### **6. Контроль успеваемости**

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами), оценка практических домашних заданий, оценка участия в групповых дискуссиях.

Промежуточная аттестация проводится в форме: практические задания, тест.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного экзамена.