

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы теории и практики 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 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 (сопутствующая дисциплина «Основы теории и практики рекламы»).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин:

- Основы теории коммуникации
- Основы речевой коммуникации в СМИ
- Методика изучения исторической информации
- Теория и практика массовой информации
- Работа с рекламными и PR-текстами
- Социология массовых коммуникаций
- Психология массовых коммуникаций
- Планирование PR-кампаний
- Технологии имиджмейкинга
- Современная пресс-служба
- Планирование антикризисных коммуникаций
- Демография и социальная статистика
- Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью
- Коммуникационный менеджмент
- Внутрифирменные коммуникации
- Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях
- Социальные институты и процессы
- Технологии производства рекламного продукта
- Планирование рекламных кампаний
- Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов

- Основы интегрированных коммуникаций
- Организация рекламных и PR-мероприятий
- Консалтинг в рекламе и связях с общественностью
- Профессионально ознакомительная практика
- Проектная деятельность
- Профессионально-творческая практика
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

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>Знать: требования к коммуникационным продуктам в процессе реализации PR-кампании</p> <p>Уметь: использовать коммуникативные PR-технологии, принципы создания медиа-текстов, коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть: 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>Знать: современные требования, предъявляемые к подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью, факторы внешней внутренней среды компании</p> <p>Уметь: 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>Владеть: 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>Знать: стратегии создания эффективной коммуникации, возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности</p> <p>Уметь: анализировать возможные ситуации на рынке, моделируя ту или иную коммуникационную компанию, анализировать PR-кампании,</p> <p>Владеть практическими навыками анализа, планирования, реализации PR-компаний, навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированными документами</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 4 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 экзамену 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.