АННОТАЦИЯ
Дисциплины Б1.В.19 «Основы паблик рилейшнз» ЗФО

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 12,2 часа контактной работы: лекционных 6 часов, практических 6 часов, 0,2 – ИКР, 3,8 часа - контроль, 56 часов - СРС)

Цель дисциплины:

Целью курса является изучить теоретические основы связей с общественностью и сформировать компетенции, необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с понятием, предметом и особенностями паблик рилейшнз;
- сформирование представления об основных методах исследования в паблик рилейшнз;
- ознакомление с историей возникновения и развития паблик рилейшнз;
- рассмотрение этических и правовых норм деятельности в области PR;
- изучение реализации основных методов формирования позитивного имиджа компании или отдельной личности;
- использование полученных знаний в практической работе.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Основы паблик рилейшнз» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана.

Для изучения данной дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате изучения дисциплин Б1.В.18 «Основы рекламы», Б1.Б.24 «Логистика», Б1.Б.25 «Основы теории и распространения издательской продукции», Б1.Б.22 «Экономика издательского дела».

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-27, ПК-28.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	Уметь	владеть
1.	ПК-27	Способность организовывать информационно-библиографическую деятельность по продвижению и распространению издательской продукции	специфику деятельности PR-структур в редакционном коллективе; особенности и этапы информационно-библиографической деятельности по продвижению и распространению издательской	организовать PR-акции редакционного коллектива, подготовить тексты для пресс-бюро и пресс-службы; организовать специальные мероприятия в рамках информационно-библиографической деятельности по продвиже-	методами исследований в области PR; современными коммуникативными технологиями PR-продвижения; понятийным аппаратом в области PR-деятельности; навыками организации PR-

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	Уметь	владеть
			продукции;	нию и распространению издательской продукции;	акций в редакционных коллективах и их текстового оформления.
2.	ПК-28	Способность участвовать в маркетинговых мероприятиях издательства	место и роль рекламы в системе маркетинга; специфику рекламного и PR-продвижения издательских проектов;	использовать в своей деятельности все составляющие интегрированных маркетинговых коммуникаций;	навыками рекламного и PR-продвижения издательских проектов.

Основные разделы дисциплины:

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1.	Введение. Теория PR	8	2			6
2.	История возникновения и развития паблик рилейшнз	8		2		6
3.	Коммуникации в связях с общественностью и принципы их функционирования	6				6
4.	Законодательные и этические основы функционирования PR	8	2			6
5.	PR-служба и фирма: структура и функции	8	2			6
6.	СМИ как основной канал воздействия PR-технологий	12		2		10
7.	Общественное мнение в PR-деятельности	10				10
8.	Формирование и поддержание корпоративной культуры и имиджа организации	8		2		6
	Итого по дисциплине:		6	6		56

Курсовые работы: Не предусмотрены.
Форма проведения аттестации по дисциплине: Зачет

Основная литература:

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 337 с. [Электронный ресурс] https://biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D

2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page= book&id= 114546.
3. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. [Электронный ресурс].: www.biblio-online.ru/book/D247C072-61F5-4567-B5DB-E28112C7379C.

Автор РПД: Носаев Д.А., к.филол.н