

## АННОТАЦИЯ

дисциплины «Б1.В.12 Организация работы пресс-службы (отделов рекламы и ПР)»

**Объем трудоемкости:** 3 зачетные единицы (108 ч., из них – 12,3 ч. аудиторной нагрузки: 6 ч. лекционных занятий, 6 ч. – лабораторных, 87 ч. – самостоятельной работы, 8,7 ч. – контроль, 0,3 ч. – ИКР).

**Цель дисциплины:** Целью освоения дисциплины является дать студентам общее взаимосвязанное представление об эффективном процессе построения отделов по рекламе и СО, профессиональной деятельности в данных отделах по связям с общественностью организаций государственной, коммерческой и социокультурной сфер жизнедеятельности общества. Более того, слушателям будет необходимо овладеть навыками как планирования, так и управления коммуникационными процессами.

### Задачи дисциплины:

- проанализировать основные подходы к формированию, организации работы, планированию деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора;
- изучить специфику формирования, организации работы, стратегического планирования деятельности отделов по связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора;
- сформировать представление о месте отделов по рекламе и СО в структуре организации, статусе, роли, способах взаимодействия отделов по связям с общественностью с основными структурными подразделениям.

### Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина Б1.В.12 «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» относится к *вариативной* части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина Б1.В.12 «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» опирается на положения таких учебных дисциплин как «Система СМИ», «Основы журналистской деятельности», «Практическая журналистика».

В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.12 «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» является предшествующей для следующих дисциплин: «Технология создания рекламных и ПР-текстов», «Современные рекламные и ПР-стратегии», «Современная пресс-служба».

### Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-21, ПК-1

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-21	Способностью применять знание основ публич рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности	Основы публич рилейшнз и рекламы	Применять знание основ публич рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности	Навыками профессиональной деятельности в сфере рекламы и ПР.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
2.	ПК-1	Способностью выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа	Специфику жанров масс-медиа, методы сбора и проверки информации, а также типологию печатных СМИ	Ориентироваться в медийной среде, определять актуальность тем в соответствии с типом издания	Навыками работы с различными источниками информации, создания и редактирования авторского текста

### Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР)		2			14
2.	Основы планирования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР)		2			14
3.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике пресс-службы (отдела рекламы, ПР)		2			14
4.	Внутрифирменный PR				2	14
5.	Исследования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР)				2	14
6.	Оценка результативности в деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР)				2	17
	Итого		6		6	87

**Курсовые проекты или работы:** *предусмотрены*

Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме экзамена.

### Основная литература:

1. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 109 с. — (Серия : Университеты России).

— ISBN 978-5-534-05740-9. [Электронный ресурс] URL: <https://biblionline.ru/viewer/4D4A80C8-862D-464E-BA17-0EE7BA8F04AB/organizaciya-i-provedenie-kampaniy-v-sfere-svyazey-s-obschestvennostyu#page/1>

2. Мандель Борис Рувимович. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. — 238 с. [Электронный ресурс] <http://znanium.com/bookread2.php?book=795805>

Автор РПД: С.А. Мищенко, канд. филол. наук