

Аннотация

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

Объем трудоемкости ОФО: 3 ЗЕТ (108 часов, из них – 58,3 часов аудиторной нагрузки: 28 часов лекционных занятий, 28 часов лабораторных занятий, 2 часа КСР, 0,3 часа ИКР; 14 часов самостоятельной работы, 35,7 часов контроль).

Цель дисциплины: Цель дисциплины «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» - дать обучающимся общее представление об эффективном процессе построения отделов по рекламе и СО, а также профессиональной деятельности в отделах по связям с общественностью организаций государственной, коммерческой и социокультурной сфер жизнедеятельности общества. Кроме того, слушателям будет необходимо овладеть навыками как планирования, так и управления коммуникационными процессами.

Задачи дисциплины:

- изучение основных подходов к формированию, организации работы и планированию деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора;
- изучение специфики формирования, организации работы, стратегического планирования деятельности отделов по связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора;
- получение знаний о месте отделов по рекламе и СО в структуре организации, статусе, роли, способах взаимодействия отделов по связям с общественностью с основными структурными подразделениями организации.

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 публичных отношений и рекламы в профессиональной деятельности	Основы публичных отношений и рекламы	Применять знание основ публичных отношений 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 (темы) дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 6 семестре (для студентов ОФО)

№	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)	12	6		4	2
2.	Основы планирования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	10	4		4	2
3.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	14	6		6	2
4.	Внутрифирменный PR	10	4		4	2
5.	Исследования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	10	4		4	2
6.	Оценка результативности в деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	14	4		6	4
	Итого		28		28	14

Курсовые проекты или работы: предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

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://biblio-online.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: Ю.В. Лучинский, д-р филол. наук, профессор