

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 рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности | Основы публичных рилейшнз и рекламы | Применять знание основ публичных 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 (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. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие / В.М. Маслова; Под ред. П.Э. Шлендера; ВЗФЭИ. - М.: Вуз. учебник, 2005. - 176 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 5-9558-0027-1. Режим доступа: <http://znaniyum.com/catalog/product/95892>

2. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940> .

Автор РПД: Лучинский Ю.В., д-р филол.наук, профессор