

Аннотация по дисциплине Б1.В.ДВ.07.02 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Объем трудоемкости для студентов ЗФО: 3 зачетные единицы (108 часов: лекционных 8 ч., практических 8 ч.; ИКР 0,2 ч.; 88 часов самостоятельной работы; контроль – 3,8 часа)

Цели освоения дисциплины – формирование комплекса теоретических знаний и практических умений в области PR (связей с общественностью); обучение различным методам и технологиям связей с общественностью в сфере молодежной политике.

Задачи дисциплины:

- ознакомление студентов с основами PR-деятельности, историей ее возникновения, мировым и отечественным опытом работы, с развитием ее главных принципов, методов и закономерностей;
- формирование у студентов системы знаний о функциях PR-деятельности в молодежной сфере, PR-стратегиях и PR-тактиках работы различных структур, принципах и способах организации медиа-политики в молодежной политике;
- развитие у бакалавров навыков проектирования этапов PR-деятельности для государственных и муниципальных органов власти и управления, а также молодежных общественных организаций;
- формирование знаний, умений и навыков разработки и принятия управленческих решений в области создания имиджа органов власти и управления, в процессе PR-работы с ключевыми группами общественности, в процессе антикризисной PR-деятельности и при реализации медиа-политики;
- сформировать умения и навыки владения социологическими методами для проведения исследований общественного мнения, потребностей и ожиданий различных групп общественности;
- сформировать навыки проектирования PR-отделов в молодежных организациях; обучить технологиям организации работы спроектированных подразделений;
- научить бакалавров планировать организацию и проведение PR-мероприятий (в том числе и мероприятий для СМИ);
- сформировать навыки анализа и оценки эффективности PR-деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина Б1.В.ДВ.07.02 «Социальная реклама» относится к дисциплинам по выбору Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана направления подготовки «Организация работы с молодежью» и ориентирована на получение комплексных знаний в области теории и практики PR-менеджмента в контексте молодежной политики.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ООП и базируется на знаниях, полученных при изучении таких дисциплин, как: «Ивент-менеджмент», «Менеджмент в молодежной политике». Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин, как: «Карьерные стратегии молодежи», «Управление проектами», «Организация и проведение ювенальных исследований».

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование: следующих компетенций - ОК-7; ПК-6, ПК-8

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
	ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию	- знает основные теоретические и практические модели PR; понимает историю развития PR, главные принципы, методы и закономерности PR-менеджмента; - знает и понимает сущность основных понятий и категорий public relations, социально-экономических и политических причинах возникновения PR как профессии и отрасли бизнеса.	- умеет разрабатывать и проектировать этапы подготовки и проведения PR-кампании в молодежной сфере.	- владеет навыками PR-проектирования для формирования и продвижения PR-задач; - владеет навыками проведения PR-кампаний и составления PR-документов;
	ПК-6	способностью планировать и организовывать работу в молодежных сообществах	- знает как применять на практике полученные первичные знания в области сбора материалов для разработки PR кампании и разработки PR стратегий и тактик; - знает специфику деятельности PR-служб в молодежной сфере.	- умеет подготовить проект создания и функционирования службы по связям с общественностью в молодежных организациях и в гос. и мун. структурах молодежной политики; - умеет разрабатывать, планировать и осуществлять комплекс мероприятий по	- владеет навыками распределения ресурсов и делегирования полномочий в ходе проектирования и реализации PR-стратегии; - владеет навыками создания, позиционирования и анализа имиджа и репутации руководителя и организации; - владеет

№ п. п.	Инд екс ком пете нци и	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
				работе с благоприятным имиджем и репутацией, ключевыми группами общественности, антикризисную программу действий.	навыками разработки программы антикризисной PR-деятельности; - владеет навыками анализа и оценки эффективности PR-деятельности.
1.	ПК-8	способностью взаимодействовать с различными социальными структурами и институтами общества по вопросам выработки и реализации молодежной политики	- знает этапы разработки и принятия управленческих решений в сфере менеджмента PR в молодежной сфере; - знает этапы и принципы разработки и создания имиджа органов власти и управления, этапы и принципы процесса PR-работы с ключевыми группами общественности, этапы и принципы процесса антикризисной PR-деятельности, этапы и принципы разработки и реализации медиа-политики в молодежной сфере.	- умеет проводить PR-мероприятия; - умеет составлять PR-документы; - умеет при помощи социологических методов изучать общественное мнение, отношения и ожидания общественности; - умеет анализировать имидж и репутацию руководителя и организации; - умеет общаться со СМИ, налаживать двусторонний поток информации; - умеет оценивать и анализировать итоги PR-кампании.	- владеет навыками разработки и реализации PR-деятельности, PR-стратегий и PR-тактик работы государственных и муниципальных структур; - владеет навыками разработки принципов и способов организации медиа-политики в молодежной сфере.

Структура дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые на 4 курсе (сессия 3) и 5 курсе (сессия 1) (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Управление общественными отношениями (PR): подходы к определению понятия и сущность деятельности. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития PR в России и за рубежом	17	1	1		15
2.	Функции PR. Формирование благоприятного образа организации и лидера. Установление и поддержание взаимопонимания между организацией и ее общественностью: формула RACE. Повышение устойчивости организации к изменениям в окружающей среде: антикризисный PR	46	4	2		40
3.	Планирование PR деятельности: исследование, стратегия, тактика. Средства реализации PR-задач: основные организационные формы и практические мероприятия	18	1	2		15
4.	PR в системе коммуникаций PR: каналы и взаимодействие со СМИ. Управление информацией и формы подачи информационно - новостных материалов.	13	1	2		10
5.	Оценка эффективности PR-деятельности. Современная пресс-служба в органах молодежной политики	10	1	1		8
	ИКР	0,4				
	Контроль	3,8				
	<i>Итого по дисциплине:</i>	108	8	8		88

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература

1. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 454 с. Информационные ресурсы библиотеки КубГУ // http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114546&sr=1

2. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. - Москва : Юрайт, 2018. - 267 с. - Информационные ресурсы библиотеки КубГУ // <https://biblio-online.ru/book/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1>

3. Чумиков, Александр Николаевич. Связи с общественностью [Текст] : теория и практика : учебное пособие для студентов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - [3-е изд., перераб. и доп.]. - М. : Дело , 2006. - 551 с., [23] л. ил. - ISBN 5774902935 Шифры: У21я7 - Ч-906 // Библиотека КубГУ

Автор: А.А.Гнедаш, к.п.н., доц.