

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 подразделениями.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина Б1.В.15 «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина Б1.В.15 «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.15 «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:

- Карпова, С. В. Бренддинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; под общ. ред. С. В. Карповой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 439 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3111-2. <https://biblio-online.ru/viewer/brending-378812#/>
- 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>

