

## АННОТАЦИЯ

### Дисциплины Б1.В.19 «Основы паблик рилейшнз» ЗФО

**Объем трудоемкости:** 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 12,2 часа контактной работы: лекционных 6 часов, практических 6 часов, 0,2 – ИКР, 3,8 часа - контроль, 56 часов - СРС)

#### Цель дисциплины:

Целью курса является изучить теоретические основы связей с общественностью и сформировать компетенции, необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

#### Задачи дисциплины:

- ознакомление с понятием, предметом и особенностями паблик рилейшнз;
- формирование представления об основных методах исследования в паблик рилейшнз;
- ознакомление с историей возникновения и развития паблик рилейшнз;
- рассмотрение этических и правовых норм деятельности в области PR;
- изучение реализации основных методов формирования позитивного имиджа компании или отдельной личности;
- использование полученных знаний в практической работе.

#### Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Основы паблик рилейшнз» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана. Для изучения данной дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате изучения дисциплин «Основы рекламы», «Логистика», «Основы теории и распространения издательской продукции», «Экономика издательского дела».

#### Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-27, ПК-28.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	Уметь	владеть
1.	ПК-27	Способность организовывать информационно-библиографическую деятельность по продвижению и распространению издательской продукции	специфику деятельности PR-структур в редакционном коллективе; особенности и этапы информационно-библиографической деятельности по продвижению и распространению издательской продукции;	организовать PR-акции редакционного коллектива, подготовить тексты для пресс-бюро и пресс-службы; организовать специальные мероприятия в рамках информационно-библиографической деятельности по продвижению и распро-	методами исследований в области PR; современными коммуникативными технологиями PR-продвижения; понятийным аппаратом в области PR-деятельности; навыками организации PR-акций в ре-

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	Уметь	владеть
				странению издательской продукции;	дакционных коллективах и их текстового оформления.
2.	ПК-28	Способность участвовать в маркетинговых мероприятиях издательства	место и роль рекламы в системе маркетинга; специфику рекламного и PR-продвижения издательских проектов;	использовать в своей деятельности все составляющие интегрированных маркетинговых коммуникаций;	навыками рекламного и PR-продвижения издательских проектов.

### Основные разделы дисциплины:

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение. Теория PR	8	2			6
2.	История возникновения и развития публичных отношений	8		2		6
3.	Коммуникации в связях с общественностью и принципы их функционирования	6				6
4.	Законодательные и этические основы функционирования PR	8	2			6
5.	PR-служба и фирма: структура и функции	8	2			6
6.	СМИ как основной канал воздействия PR-технологий	12		2		10
7.	Общественное мнение в PR-деятельности	8				8
8.	Формирование и поддержание корпоративной культуры и имиджа организации	8		2		6
9.	Обзор пройденного материала. Прием зачета	2				2
	<i>Итого по дисциплине:</i>		6	6		56

**Курсовые работы:** Не предусмотрены.

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** Зачет

### Основная литература:

Чумиков А. Н. Связи с общественностью : теория и практика : учебник для студентов вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - М. : Дело АНХ, 2010. - 557 с. - 20 экз

**Автор РПД:** Носаев Д.А., к.филол.н