

Аннотация по дисциплине ОП.10 PR-технологии

4 курс 7 семестр	
всего	96 час.
лекционные занятия	48 час.
практические занятия	16 час.
самостоятельные занятия	26 час.
консультации (если есть)	6 час.
форма итогового контроля	зачет

Цель дисциплины: Целью освоения дисциплины является дать студентам общее взаимосвязанное представление о системном характере и особенностях PR как творческой и массово-информационной деятельности.

Более того, слушателям будет необходимо овладеть навыками как планирования, так и управления коммуникационными процессами.

Задачи дисциплины:

- Определить основные черты современных PR.
- Охарактеризовать роль PR в обществе, их значимость как вида коммуникативной и творческой деятельности.
- Знать профессиональные характеристики PR-специалиста.
- Определить структуру, композицию и архитектуру PR-текстов.
- Определять жанровую специфику и каналы распространения PR-текстов.
- Уметь создавать PR-тексты отдельных жанров (бэкграундер, пресс-релиз, имиджевые материалы для СМИ).

Место дисциплины в структуре ППСЗ:

Дисциплина входит в Профессиональный цикл (Общепрофессиональные дисциплины) и обнаруживает межпредметные связи с дисциплинами «Реклама в СМИ», «Интернет-реклама» и «Сервисная деятельность», развивающими коммуникативные технологии в профессиональной сфере специалиста по рекламе.

Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знает	Умеет	практический опыт (Владеет)
1.	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Знает специфику будущей профессии	Умеет проявлять устойчивый интерес к будущей профессии	Владеет пониманием сущности и социальной значимости будущей значимости
2.	ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знает специфику выполнения профессиональных задач	Умеет решать профессиональные задачи	Владеет навыками решениями профессиональных задач
3.	ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Знает специфику принятия решения в нестандартных ситуациях	Умеет принимать решения в нестандартных ситуациях	Владеет навыками принятия решения в нестандартных ситуациях
4.	ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знает специфику поиска, анализа и оценки информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Умеет осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Владеет принципами поиска, анализа и оценки информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
5.	ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Знает специфику информационно-коммуникационных технологий для совершенствования профессиональной деятельности	Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	Владеет принципами использования информационно-коммуникационных технологий для совершенствования профессиональной деятельности
6.	ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Знает специфику командной работы	Умеет налаживать коммуникации с коллегами, руководством, потребителями.	Владеет навыками коммуникации с коллегами, руководством, потребителями
7.	ОК-8	Самостоятельно	Знает специфику	Умеет определять	Владеет навыками

Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)		Объем часов	Уровень освоения		
1	2		3	4		
Раздел 1. PR в системе маркетинговых коммуникаций			15	1		
Тема 1.1.	PR в системе маркетинговых коммуникаций		10			
	Лекции		8			
	1	Комплекс маркетинговых коммуникаций	2			
	2	Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций	2			
	3	Реклама и PR в системе интегрированных коммуникаций	4			
	Практические (лабораторные) занятия		2			
	1	Комплекс маркетинговых коммуникаций				
	2	Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций				
	3	Реклама и PR в системе интегрированных коммуникаций				
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Профессиональные коммуникации 2. PR-коммуникации		4+1			
Раздел 2. Управление информацией в СМИ			17	2		
Тема 2.1.	Управление информацией в СМИ		12			
	Лекции		10			
	1	Понятие и виды СМИ	2			
	2	Структура пресс-службы	4			
	3	Технологии пресс-посредничества	4			
	Практические (лабораторные) занятия		2			
	1	Понятие и виды СМИ				
	2	Структура пресс-службы				
	3	Технологии пресс-посредничества				
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Структура работы пресс-службы 2. Основные мероприятия для прессы		4+1			
Раздел 3. Формы подачи информационных материалов			21	2		
Тема 3.1.	Формы подачи информационных материалов		14			
	Лекции		10			
	1	Основные типы и жанры PR-текстов	4			
	2	Особенности создания PR-текстов	6			
	Практические (лабораторные) занятия		4			
	1	Основные типы и жанры PR-текстов				
	2	Особенности создания PR-текстов				
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Структура и основные функции пресс-релизов 2. Функции бэкграундеров				6+1	
	Раздел 4. Организация взаимодействия со СМИ				21	3
	Тема 4.1.	Организация взаимодействия со СМИ			14	
Лекции		10				
1		Понятие и виды медиарилейшнз	4			
2		Организация новостных событий	6			
Практические (лабораторные) занятия		4				
1			Понятие и виды медиарилейшнз			
2			Организация новостных событий			

	Самостоятельная работа обучающихся 1. Разработка медиастратегии 2. Медиа-карта региона	6+1	
Раздел 5. Комплексные направления деятельности PR		22	3
Тема 5.1.	Комплексные направления деятельности PR	14	
	Лекции	10	
	1. Корпоративный PR	2	
	2. Отношения с персоналом	2	
	3. Отношения с властными структурами и населением	2	
	4. Маркетинговый PR	4	
	Практические (лабораторные) занятия		
1.	Корпоративный PR	4	
2.	Отношения с персоналом		
3.	Отношения с властными структурами и населением		
4.	Маркетинговый PR		
	Самостоятельная работа 1. Репутационные активы организации 2. Управление кризисом Всего:	6+2	

Курсовые проекты (работы): *не предусмотрены*

Вид аттестации: зачёт

Основная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2015. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>. — Загл. с экрана.

Автор Немец Г.Н., к.ф.н., доцент