

АННОТАЦИЯ Дисциплины Б1.В.06 «Теория и практика связей с общественностью»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы (108 часов, из них – 28,3 контактных часов: лекционных 14 ч., практических 14 ч., 71 ч. самостоятельной работы, 8,7 ч. – контроль, 0,3 ч. - ИКР).

Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины является дать магистрантам 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

Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: определить основные черты современных PR, охарактеризовать роль PR в обществе, их значимость как вида коммуникативной и творческой деятельности, знать профессиональные характеристики деятельности 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 (модуля) в структуре образовательной программы

Данная учебная дисциплина относится к вариативной части учебного плана по направлению подготовки ВПО 42.04.02 Журналистика.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются на основе дисциплин «Современная теория массовой коммуникации», «Типология средств массовой коммуникации», «Технологии создания PR-текстов».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы. Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (ОК/ПК)

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-3	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства	Знать специфику профессиональн ой деятельности, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации. Основные жанры PR-текстов.	Уметь осуществлять профессиональ ную деятельность по написанию PR-материалов для СМИ, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации	Владеть навыками профессиональн ой деятельности, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации			
2.	ОПК-4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	Знать различные виды организационной работы, организации структурных отделов, с целью создания медийных и PR-проектов повышенной сложности.	Уметь выполнять различные виды PR-мероприятий, написание медийных текстов, проведение соц. исследований.	Владеть различными видами PR-деятельности, организовывать стратегические и тактические программы.
3.	ПК-3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	Знать основы управления персоналом; функции и задачи менеджера в организациях современного типа.	Уметь использовать основные функции современного управления организацией	Владеть методами руководства производственно-творческим коллективом; технологиями разрешения конфликта
4.	ПК-4 ПК-6	готовностью выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты	Знать основные принципы концепции медиaproекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	Уметь осуществлять разработку концепции медиaproекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	Владеть навыками осуществления разработки концепции медиaproекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирован ия и медиамоделирован ия, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическим и показателями	Знать основные жанры и направления медиатекстов, ориентироваться в многообразии источников информации современного информационног о пространства	Уметь создавать различные виды и типы медиаконтента, планировать стратегическую направленность своей деятельности в информационно м пространстве, аккумулировать анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента	Владеть навыками разработки и анализа ключевых аспектов программ действий в направлении медиапроектиро вания и медиамоделиро вания, способностью общаться с экспертами, представителям и различных областей

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ разд ела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	ПР в системе маркетинговых коммуникаций	20	4	4		12
2.	Управление информацией и СМИ	14	2	2		10
3.	Формы подачи информационных материалов	16	2	2		12
4.	Использование ПР в отношениях с потребителем	16	2	2		12
5.	Организация взаимодействия со СМИ	16	2	2		12
6.	Комплексные направления деятельности ПР	16	2	2		12
	<i>Итого по дисциплине:</i>		14	14		71

Курсовые работы не предусмотрены

Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме **экзамена**.

Основная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68866>
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирования [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.

Автор РПД:

А.А. Бельтюков, канд. филол. наук, доцент