

**АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.07
«Инновационные технологии в ПР-деятельности»**

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы (144 часа, из них – 30,5 контактных часов: практических 16 ч.; 14 ч. – КРП; 101 часов самостоятельной работы; контроль – 12,5 ч.; ИКР – 0,5 ч.).

Цель освоения дисциплины – изучить инновационные методы и технологии выстраивания коммерческих коммуникаций и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретические аспекты инновационной деятельности;
- описать современные тенденции в развитии ПР индустрии
- рассмотреть инновационные технологии в ПР-практиках.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Инновационные технологии в ПР-деятельности» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Знания, умения и навыки, сформированные при овладении дисциплиной необходимы для успешного изучения таких курсов, как «ПР менеджмент», «Социология ПР-деятельности», «Креатив в ПР», «Разработка и технологии производства ПР-продукта», «Психология ПР-деятельности».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Инновационные технологии в ПР-деятельности» направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональных компетенций (ПК):

- готов аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиа проектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями (ПК-6);
- способен осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования (ПК-7)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональных компетенций (ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК6	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать	<p><i>знать</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру; - функции и важнейшие характеристик и 	<p><i>уметь</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по всем возможным критериям типологизации; 	<p><i>владеть</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками практического осуществления всех стадий коммуникативного процесса, передачи и принятия информации в процессе

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
2.	ПК7	аналитическое обоснование для медиа проектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	коммуникативного процесса; - виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде. историю отечественного и зарубежного рынка ВТЛ - коммуникаций; современное состояние рекламной индустрии в России и за рубежом, модели развития и функционирования отечественных рынков	- собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью. - использовать приемы и средства создания рекламного продукта с использованием инноваций; - использовать	осуществления различных коммуникаций, поддержания её процесса; - формирование навыков общения в горизонтальных и вертикальных структурах; - культуры научного
		способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	рекламы; - современные рекламные стратегии, формы реализации креатива в нестандартном рекламном продукте; - технологию и средства разработки рекламного продукта с использованием нестандартных медиа и инновационных технологий;	навыки для исследования психологического восприятия конкретной рекламы целевой аудиторией и определения ее возможной эффективности; - применять знания по дисциплине «ВТЛ-коммуникации в местах продаж» в практической деятельности специалиста по рекламе;	мышления. - навыками применения различных методов и приемов ВТЛ; - навыками применения инновационных рекламных технологий на практике.

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические аспекты инновационной деятельности	15	-	2	-	13
2.	Современные ПР-тенденции	15	-	2	-	13
3.	Современные принципы ПР	14	-	2	-	12
4.	Инновации в ПР	13	-	1	-	12
5.	Связи с общественностью корпорации в 21в. <i>Итоговое занятие</i>	14,8	-	1	-	10
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	8	-	60

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические аспекты инновационной деятельности (продолжение)	12	-	2	-	10
2.	Современные ПР-тенденции (продолжение)	12	-	2	-	10
3.	Современные принципы ПР (продолжение)	12	-	2	-	10
4.	Инновации в ПР (продолжение)	11	-	1	-	10
5.	Связи с общественностью корпорации в 21в. (продолжение)	10,7	-	1	-	1
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	8	-	41

Курсовые работы: *предусмотрены*

Примерная тематика курсовых работ (проектов)

1. Тенденции развития современной ПР-деятельности.
2. Новейшие ПР-технологии как фактор трансформации ПР-деятельности.
3. Новейшие информационные технологии как фактор развития ПР-деятельности.
4. Интернет и демократизация информационных потоков в современном обществе.
5. Государство и ПР-технологии: стратегии взаимодействия.
6. ПР-деятельность и традиционные СМИ: особенности взаимодействия.
7. Инновационная роль Интернет в ПР-деятельности.
8. Инновационные технологии в ПР-деятельности как инструмент воздействия на общественное мнение.
9. ПР в шоу-бизнесе: инновационный аспект.
10. Инновационные подходы в деятельности служб по связям с общественностью в органах государственного управления и бизнес-сфере: сравнительный анализ.
11. Новейшие ПР-технологии и их интеграция в деятельность современного предприятия.
12. Инновационные методы ПР-деятельности при разработке и реализации политической кампании.
13. Внешнеполитический PR: инновационный аспект.

14. Использование инновационных PR-технологий в формировании имиджа государства на международной арене.
15. Использование инновационных PR-технологий в формировании имиджа института государственной власти (армии, милиции, спецслужб, МЧС, налоговой службы и т.п.) в системе государственного PR.

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет/экзамен*

Основная литература:

1. Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие / Ю.В. Кондакова; Министерство образования и науки Российской Федерации, «Уральский государственный архитектурно-художественный университет» (УрГАХУ). - Екатеринбург: Архитектон, 2016. - 95 с. - ISBN 978-5-7408-0186-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45545>

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.