

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 ППССЗ:

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 определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Знает специфику определения задач профессионального и личностного развития	Умеет определять задачи профессионального и личностного развития	Владеет навыками постановки задач профессионального и личностного развития
8.	ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знает специфику смены технологий в профессиональной деятельности	Умеет варьировать технологии в профессиональной деятельности	Владеет навыками использования технологий к профессиональной деятельности.
9.	ПК-1.1	Осуществление поиска рекламных идей	Знает специфику поиска рекламных идей	Умеет осуществлять поиск рекламных идей	Владеет навык поиска рекламных идей
10.	ПК-1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Знает специфику разработки авторских рекламных проектов	Умеет создавать авторских рекламных проектов	Владеет навыками создания авторских рекламных проектов
11.	ПК-1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Знает специфику составления и оформления рекламных объявлений	Умеет составлять и оформлять рекламные объявления	Владеет навыками составления и оформления рекламных объявлений
12.	ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Знает специфику создания визуальных образов с реальными функциями	Умеет создавать визуальные образы с рекламными функциями	Владеет навыками создания визуальных образов с рекламными функциями
13.	ПКЗ. 1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.			
14.	ПКЗ. 2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	Знает специфику определения и разработки стратегий и средств продвижения рекламного продукта.	Умеет реализовывать стратегии продвижения рекламного продукта	Владеет навыками реализации стратегий продвижения рекламного продукта

Содержание и структура дисциплины

Наименование раздела	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения
----------------------	--	-------------	------------------

тем			
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		
	1 Комплекс маркетинговых коммуникаций	2	
	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		
	1 Понятие и виды СМИ	2	
	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		
	1 Основные типы и жанры PR-текстов	4	
	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 медиарелейшнз	4	
	2 Организация новостных событий	6	
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Понятие и виды медиарелейшнз	4	
	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 Корпоративный PR		4	
	Отношения с персоналом			
	Отношения с властными структурами и населением			
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, 2016. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>. — Загл. с экрана.
2. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 224 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97268>. — Загл. с экрана.
3. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Фадеева Е. Н., Сафронов А. В., Красильникова М. А. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 263 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7D1B232D-29AF-4F6C-B937-F1E53D6A50AD.

Автор Немец Г.Н., к.ф.н., доцент