

**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 ПССЗ:**

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 (Владет)

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 личного развития.	Знает специфику поиска, анализа и оценки информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личного развития	Умеет осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личного развития	Владеет принципами поиска, анализа и оценки информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личного 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 навыком 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.	ПК3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.			
14.	ПК3.2	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 разделов и	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения
-------------------------	--	-------------	------------------

тем				
1	2	3	4	
<b>Раздел 1. PR в системе маркетинговых коммуникаций</b>		<b>15</b>	<b>1</b>	
<b>Тема 1.1.</b>	<b>PR в системе маркетинговых коммуникаций</b>	<b>10</b>		
	<b>Лекции</b>	<b>8</b>		
	1	Комплекс маркетинговых коммуникаций		2
	2	Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций		2
	3	Реклама и PR в системе интегрированных коммуникаций		4
	<b>Практические (лабораторные) занятия</b>			<b>2</b>
	1	Комплекс маркетинговых коммуникаций		
	2	Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>4+1</b>		
<b>1. Профессиональные коммуникации</b>				
<b>2. PR-коммуникации</b>				
<b>Раздел 2. Управление информацией в СМИ</b>		<b>17</b>	<b>2</b>	
<b>Тема 2.1.</b>	<b>Управление информацией в СМИ</b>	<b>12</b>		
	<b>Лекции</b>	<b>10</b>		
	1	Понятие и виды СМИ		2
	2	Структура пресс-службы		4
	3	Технологии пресс-посредничества		4
	<b>Практические (лабораторные) занятия</b>			<b>2</b>
	1	Понятие и виды СМИ		
	2	Структура пресс-службы		
	3	Технологии пресс-посредничества		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>			<b>4+1</b>
	<b>1. Структура работы пресс-службы</b>			
<b>2. Основные мероприятия для прессы</b>				
<b>Раздел 3. Формы подачи информационных материалов</b>		<b>21</b>	<b>2</b>	
<b>Тема 3.1.</b>	<b>Формы подачи информационных материалов</b>	<b>14</b>		
	<b>Лекции</b>	<b>10</b>		
	1	Основные типы и жанры PR-текстов		4
	2	Особенности создания PR-текстов		6
	<b>Практические (лабораторные) занятия</b>			<b>4</b>
	1	Основные типы и жанры PR-текстов		
	2	Особенности создания PR-текстов		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>6+1</b>	
<b>1. Структура и основные функции пресс-релизов</b>				
<b>2. Функции бэкграундеров</b>				
<b>Раздел 4. Организация взаимодействия со СМИ</b>		<b>21</b>	<b>3</b>	
<b>Тема 4.1.</b>	<b>Организация взаимодействия со СМИ</b>	<b>14</b>		
	<b>Лекции</b>	<b>10</b>		
	1	Понятие и виды медиарилейшнз		4
	2	Организация новостных событий		6
	<b>Практические (лабораторные) занятия</b>			<b>4</b>
	1	Понятие и виды медиарилейшнз		
	2	Организация новостных событий		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>6+1</b>	
<b>1. Разработка медиастратегии</b>				
<b>2. Медиа-карта региона</b>				
<b>Раздел 5. Комплексные направления деятельности PR</b>		<b>22</b>	<b>3</b>	
<b>Тема 5.1.</b>	<b>Комплексные направления деятельности PR</b>	<b>14</b>		
	<b>Лекции</b>	<b>10</b>		
	1	Корпоративный PR		2
	2.	Отношения с персоналом	2	

	3.	Отношения с властными структурами и населением	2	
	4.	Маркетинговый PR	4	
	<b>Практические (лабораторные) занятия</b> Корпоративный PR		4	
	Отношения с персоналом			
	Отношения с властными структурами и населением			
	Маркетинговый PR			
	Самостоятельная работа 1. Репутационные активы организации 2. Управление кризисом <b>Всего:</b>		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](http://www.biblio-online.ru/book/7D1B232D-29AF-4F6C-B937-F1E53D6A50AD).

Автор Немец Г.Н., к.ф.н., доцент