

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика коммуникаций в связях с общественностью» для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.**

**Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с общественностью в государственных и коммерческих структурах**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цель изучения дисциплины:**

Получение целостного представления о публичных отношениях; приобщение к ведущим формам и методам взаимодействия со средствами массовой информации.

**Задачи изучения дисциплины:**

- знакомство с современной теорией публичных отношений;
- определение главных задач и функций управления процессом ПР и сферы его применения;
- изучение типологии пиар – текстов;
- изучение роли, структуры и методов работы пресс – служб, ПР-отделов.

**2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения**

**2.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения**

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ИД-1ОПК-1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ИД-2ОПК-1 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и	ИД-1ОПК-2 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ИД-2ОПК-2 Анализирует основные

	<p>государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
--	--	---

### **3. Содержание дисциплины**

Сущность и содержание публичных отношений

- . Общественность в сфере связей с общественностью. Управление процессом ПР
- . Значение ПР для социально-экономического развития
- . Публичность – текст и типология его жанров
- . Публичность – служба в структуре связей с общественностью. Публичность – службы в государственных и общественных структурах
- . Публичность – службы в коммерческих структурах
- . Публичность – службы в некоммерческих организациях
- . Организация работы отделов по связям с общественностью.