

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Теория и практика связей с общественностью»**

для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины является: получение целостного представления о публичных релейшнз; приобщение к ведущим формам и методам взаимодействия со средствами массовой информации.

Задачами дисциплины являются:

- знакомство с современной теорией публичных релейшнз;
- определение главных задач и функций управления процессом ПР и сферы его применения;
- изучение типологии пиар – текстов;
- изучение организации и проведения ПР-мероприятий.

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

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

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 создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИД-1 _{ОПК-1} Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ИД-2 _{ОПК-1} Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК – 2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИД-1 _{ОПК-2} Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ИД-2 _{ОПК-2} Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

3.Содержание дисциплины (модуля)

Тема: Сущность и содержание публичных рилейшнз

Тема: Общественность в сфере связей с общественностью

Тема: Управление процессом ПР

Тема: Значение ПР для социально-экономического развития

Тема: Пиар – текст и типология его жанров

Тема: Организация ПР-мероприятий. Виды ПР-мероприятий

Тема: Специальные ПР-мероприятия. Планирование и разработка

Тема: Представительские ПР-мероприятия. Планирование и разработка

Тема: Ярмарки и выставки. Планирование и разработка

Тема: Активные информационные ПР-мероприятия для СМИ

Тема: Презентационные ПР-мероприятия

Аннотация рабочей программы дисциплины «Введение в профессию»

для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины являются формирование у студентов начальных знаний и базовых представлений, которые помогли бы им на протяжении всего курса обучения ориентироваться в области профессиональной деятельности «реклама и связи с общественностью»;

Задачи дисциплины: развитие интереса к будущей профессии;

- получение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности;
- получение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности, роли новых медиа в современной практике PR и рекламы;
- формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в данной отрасли.

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

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровье сбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИД – 1 УК-6 Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; ИД – 2 УК-6 Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста ИД – 3 УК-6 Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста ИД – 4 УК-6 Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития

3. Содержание дисциплины (модуля)

Тема: Основные формы организации обучения в вузе. Культура поведения в вузе

Тема: Основные формы организации обучения в вузе.

Культура поведения в вузе.

Тема: Современное содержание высшего гуманитарного образования.

Государственный образовательный стандарт направления подготовки.

Тема: Современные технологии образовательного процесса

Тема: Научно-исследовательская работа студентов в вузе

Тема: Образовательная технология «портфолио» как программа личностного роста студента вуза

Тема: «Реклама и связи с общественностью» в современном гуманитарном знании и информационном пространстве

Тема: Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития рекламы и

связей с общественностью как профессии и отрасли бизнес

Тема: Профессиограмма специалиста в области рекламы и связей с общественностью

«Теория и практика медиакommunikаций»

для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины является: формирование понимания у обучающихся основных принципов функционирования системы СМИ, как массовой коммуникации; ознакомление студентов с концептуальными основами теории и практики массовой информации как средства массовых коммуникаций в современном обществе и базового инструмента специалистов по связям с общественностью; формирование целостного представления об информационных процессах и явлениях в современном мире; формирование навыков информационной культуры, формирование представлений о системе современных печатных и аудиовизуальных СМИ, целях и методах современных медиакommunikаций.

Задачами дисциплины являются:

- сформировать у студентов комплексное представление о современных теоретических подходах к изучению медиакommunikаций;
- оказать значимость междисциплинарного знания в области медиаисследований;
- научить использовать теории медиакommunikаций в качестве концептуальной рамки для анализа процессов, происходящих в сфере медиа;
- сформировать представление о журналистике как социальном институте, системе СМИ и творческой деятельности.

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

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Медиакommunikационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД-1 _{ОПК-5} Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2 _{ОПК-5} Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы

3. Содержание дисциплины (модуля)

Тема: Медиакоммуникация как особая область коммуникативной практики. Современные подходы к теории коммуникации

Тема: Медиакоммуникационные процессы и закономерные тенденции их функционирования в обществе

Тема: Механизм коммуникационного взаимодействия в системе «масс-медиа - массовая аудитория»

Тема: Методология и технология массово-коммуникационной деятельности

Тема: Система средств массовой коммуникации (СМК)

Тема: Функции и принципы деятельности, закономерности функционирования и развития системы СМК

Тема: Управление массовой коммуникацией

Тема: Информационные технологии и тенденции развития средств массовой коммуникации

Тема: Связи с общественностью в редакционной структуре

Тема: Информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры в прессе, на радио и телевидении

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Организация работы отделов рекламы и ПР»**

для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью дисциплины является подготовка бакалавра, владеющего основополагающими знаниями в области профессиональных задач, предъявляемых рынком к современным отделам по связям с общественностью, рекламным отделам и их сотрудникам.

Задачи курса: изучение работы рекламного подразделения организации и независимых рекламных агентств; получение знаний в области теории управления персоналом отделов рекламы, изучение закономерностей развития и специфики работы рекламных агентств;

изучение работы отдела по связям с общественностью и независимых пиар-отделов; получение знаний в области теории управления персоналом; изучение закономерностей развития и специфики работы отделов по связям с общественностью в различных организациях.

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

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Организация процесса создания коммуникационного продукта	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИД-1 _{ПК-1} Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и/или связям с общественностью и/или при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИД-2 _{ПК-1} Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИД-3 _{ПК-1} Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуре
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы/связей с общественностью и /или иного	ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и	ИД-1 _{ПК-2} Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного

<p>коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>	<p>имеющегося мирового отечественного опыта</p>	<p>опыта ИД-2_{ПК-2} Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД-3_{ПК-2} Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний ИД-4_{ПК-2} Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>
--	---	---

3.Содержание дисциплины (модуля)

Тема: Рынок рекламы и его участники

Тема: Подготовка и планирование рекламной кампании

Тема: Профессиограмма сотрудника РА И РО, отношения в трудовом коллективе.

Современные тенденции в организации РА и РО

Тема: Сущность деятельности отдела по связям с общественностью

Тема: Исследовательский сегмент работы отдела по связям с общественностью

Тема: Творческий сегмент работы отдела по связям с общественностью.

Тема: Аналитический сегмент работы отдела по связям с общественностью.

Комментирование и интерпретация корпоративной политики

Тема: Лоббирующая деятельность отделов ПР

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Публичные коммуникации в рекламе и связях с общественностью»

для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины – получить целостное представление о современной публичной коммуникации; овладеть умениями эффективного коммуникативного воздействия и взаимодействия с целью формирования успешной коммуникативной личности, способной к продуктивному общению в профессиональных и социально-значимых ситуациях.

Задачи дисциплины: сформировать представление об особенностях, законах и правилах профессиональной риторики;

выработать умение владеть средствами убеждения;

научить владеть голосом, дикцией, интонацией, жестами, мимикой;

выработать потребность в повышении общей гуманитарной культуры будущего специалиста рекламы и связей с общественностью.

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

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы/связей с общественностью и /или иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД-1 _{ПК-2} Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2 _{ПК-2} Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД-3 _{ПК-2} Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний ИД-4 _{ПК-2} Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде

3. Содержание дисциплины (модуля)

Тема: Авторская деятельность специалиста ПР

Тема: Модель риторической коммуникации специалиста по связям с общественностью, рекламиста

Тема: Риторика пиармена. Спичрайтинг как специфическая PR-технология

Тема: Коммуникативный консалтинг, коммуникативные тренинги, их технологии как практические методы риторической коммуникации

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Современная пресс-служба»**

для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины является формирование умения эффективного коммуникативного воздействия и взаимодействия со СМИ, представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций; выведение на практический уровень теоретических знаний и представлений о работе пресс – службы.

Задачи дисциплины: познакомиться с работой пресс – центра, пресс – службы; научиться создавать тексты связей с общественностью для средств массовой информации.

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

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
<p>Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы/связей с общественностью и /или иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>	<p>ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового отечественного опыта</p>	<p>ИД-1_{ПК-2} Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2_{ПК-2} Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД-3_{ПК-2} Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний ИД-4_{ПК-2} Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>

3.Содержание дисциплины (модуля)

Тема: Пресс – служба в структуре Public Relashins

Тема: Формы общения сотрудников пресс – служб со средствами массовой информации

Тема: Пресс – службы в государственных и общественных структурах

Тема: Пресс – службы в коммерческих структурах

Тема: Пресс – службы в некоммерческих структурах

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Спецсеминар (технологии в рекламе и связях с общественностью)»

для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины: получение целостного представления о технологиях в рекламе и связях с общественностью.

Задачи дисциплины:

- знакомство с современными рекламными и пиар – технологиями, определение главных задач и функций управления технологическим процессом и сферы его применения;
- умение определять стратегические цели и уметь создавать рекламный и пиар – проект;
- умение разрабатывать стратегические концепции планов рекламных и пиар-проектов;
- изучение механизмов политической коммуникации в современном российском обществе;
- изучение роли рекламы и пиар – технологий в развитии компаний, учреждений, организаций, политических партий в социальной и информационной сферах.

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

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Организация процесса создания коммуникационного продукта	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИД-1 _{ПК-1} Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и/или связям с общественностью и/или при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИД-2 _{ПК-1} Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИД-3 _{ПК-1} Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуре
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы/связей с общественностью и /или иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных		ИД-1 _{ПК-2} Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2 _{ПК-2} Создает информационные

каналов коммуникации	<p>ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД-3_{ПК-2} Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний ИД-4_{ПК-2} Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде</p>
----------------------	--	---

3.Содержание дисциплины (модуля)

Тема: Пиар – технологии создания корпоративного имиджа

Тема: Пиар – технологии создания корпоративного имиджа

Тема: Политические пиар – технологии

Тема: PR и реклама в системе маркетинговых коммуникациях Рекламные обращения; Рекламные материалы PR; Рекламные акции SP; Реклама обратного действия DM

Тема: Бизнес-пиар – технологии

Тема: Социальные пиар – технологии

Тема: Информационные пиар – технологии

Тема: Пиар-технологии в коммерческих организациях

Тема: Пиар-технологии продвижения НКО

Тема: Технологии по использованию прессы при продвижении компании

Тема: Технологии использования прессы при продвижении НКО