

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с общественностью

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Получение целостного представления о публичных отношениях; приобретение 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 организации и проведения ПР-мероприятий.

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 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-1ОПК-1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ИД-2ОПК-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)	ИД-1ОПК-2 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ИД-2ОПК-2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с

	медиапродуктах, (или) коммуникационных продуктах	и	общественностью и/или коммуникационных продуктов
--	--	---	--

3. Содержание дисциплины

Сущность и содержание публичных отношений. Общественность в сфере связей с общественностью

. Управление процессом ПР. Значение ПР для социально-экономического развития

. Пиар – текст и типология его жанров. Организация ПР-мероприятий.

Виды ПР-мероприятий

. Специальные ПР-мероприятия.

Планирование и разработка

. Представительские ПР-мероприятия.

Планирование и разработка

. Ярмарки и выставки. Планирование и разработка. Активные информационные ПР-мероприятия для СМИ. Презентационные ПР-мероприятия.