

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ КОММУНИКАЦИОННЫЙ АУДИТ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

7 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: изучение закономерностей технологий аудита в информационном обществе, ознакомление с системой анализа информации применительно к подготовке специалиста по связям с общественностью. В курсе «Коммуникационный аудит» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

Задачи:

1. Изучение коммуникационных моделей современных связей с общественностью;
2. Определение критериев кризисной ситуации в информационном поле;
3. Изучение технологии организации и проведения коммуникационных кампаний;
4. Анализ современных медиатекстов и медиапродуктов;
5. Определение роли структурно-семантического анализа при аудите внешней информационной среды.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникационный аудит» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Коммуникации в коммерческих и общественных организациях», «Приемы работы с разными группами общественности в кризисных ситуациях», «Социальные сети как инструмент коммуникации».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3

ПК-2	частичное	<p>Знать: профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p> <p>Уметь: работать с большим объёмом информации</p> <p>Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p>
ПК-6	частичное	<p>Знать: факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>Уметь: Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию исследования, владеть текстовым редактором для составления отчетов.</p> <p>Владеть: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p>
ПК-21	частичное	<p>Знать: факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.</p> <p>Уметь: Определять целевые аудитории, их ценности и ожидания</p> <p>Владеть: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции и социологические исследования в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p>

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


1. Особенности аудита в информационных технологиях.
2. Критерии информационной открытости организации.
3. Внешний аудит информационного потока.
4. Технологические особенности аудита.
5. Анализ вертикальных информационных потоков организации.
6. Модель коммуникативного баланса
7. Каналы связи с целевыми аудиториями. Использование информационных технологий в реализации моделей коммуникации.
8. Определение внутренней безопасности информационного потока..
9. Критерии информационной открытости организации.

5 ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6 КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 5

Составитель: ст.преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  д. ф. н., профессор Латышева Ж.В

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф.
ЖРСО, д.ф.н., профессор.

Директор института  д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 11.09.2019

