

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ СОВРЕМЕННЫХ СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

4 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Коммуникационные модели современных связей с общественностью»: выявление профессиональных моделей PR-коммуникации, характерных для современного этапа развития профессиональной деятельности по связям с общественностью.

Задачи:

1. Изучение коммуникационных моделей современных связей с общественностью;
2. Поиск актуальных возможностей практического применения современных коммуникационных моделей в сфере связей с общественностью;
3. Выявление современных тенденций современного общества в способности реализации и создания коммуникационного продукта;
4. Анализ современных медиатекстов и медиапродуктов;
5. Выявление факторов, влияющих на потребительский спрос на медиапродукцию.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникационные модели современных связей с общественностью» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана.

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

ОПК-2	частичное	<p>Знать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктов</p> <p>Уметь учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктов.</p>
ПК-5	частичное	<p>Знать факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>Уметь выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>Владеть способностью выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.</p>

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Понятие модели в области связей с общественностью. Односторонние и двусторонние модели коммуникации в связях с общественностью.
2. Модель «информационное агентство» и приемы реализации моделей.
3. Механизмы создания эффективных PR-материалов. Виды и жанры PR-текстов. Пресс-релиз, бэкграундер, кейс-стори, письмо первого лица, комментарий депутата, биография, обзорная, аналитическая и авторская статья.
4. Модель «информирование общественности» и приемы реализации моделей.
5. «Двусторонняя асимметричная» модель коммуникации связей с общественностью и приемы реализации моделей
6. Модель «двусторонней симметричной», или сбалансированной модели коммуникации и приемы реализации моделей.
7. Каналы связи с целевыми аудиториями. Использование информационных технологий в реализации моделей коммуникации в области связей с общественностью.
8. Области применения коммуникационных моделей в СО. Осуществление коммуникационных моделей связей с общественностью органами государственной власти, в т.ч. органом законодательной власти и в коммерческой сфере.

9. Коммуникационные модели эффективной рекламы.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: ст. преподаватель кафедры ЖРСО Смыслова Л.В. См

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

Председатель учебно-методической комиссии Ж Латышева Ж.В., зав. каф.

ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.19

Печать института

