

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Коммуникационные модели современных связей с общественностью

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

4 семестр

1. ЦЕЛЬЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «Коммуникационные модели современных связей с общественностью» является выявление профессиональных моделей PR-коммуникации, характерных для современного этапа развития профессиональной деятельности по связям с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Коммуникационные модели современных связей с общественностью» находится в вариативной части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-2 – способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктах.

ПК-5 – способность выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ. Понятие модели в области связей с общественностью. Односторонние и двусторонние модели коммуникации в связях с общественностью. Модель «информационное агентство» и приемы реализации моделей. 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. Модель «информирование общественности» и приемы реализации моделей. «Двусторонняя асимметричная» модель коммуникации связей с общественностью и приемы реализации моделей. Модель «двусторонней симметричной», или сбалансированной модели коммуникации и приемы реализации моделей. Каналы связи с целевыми аудиториями. Использование информационных технологий в реализации моделей коммуникации в области связей с общественностью. 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. Коммуникационные модели эффективной рекламы.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2 зач.е.

Составитель: ст. препод. Смылова Л.В.

Заведующий кафедрой ЖРСО _____

Ж.В. Латышева

ФИО, подпись

Председатель

учебно-методической комиссии направления _____

Директор института _____

Е.М. Петровичева

Дата: _____

Печать института

