

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
 Связи с общественностью как современная технология управления обществом
 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 4 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- познакомить с профессиональной терминологией;
- изучить особенности связей с общественностью как технологии управления;
- дать определение и характеристику общественности;
- изучить особенности использования различных каналов коммуникации;
- выявить основные характеристики способов взаимодействия с различными группами общественности.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Связи с общественностью как современная технология управления обществом» находится в базовой части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Пререквизиты дисциплины:

- Реклама и связи с общественностью в истории человеческой деятельности;
- Коммуникация как основа рекламы и связей с общественностью;
- Массовая информация как объект рекламы и связей с общественностью.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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-4. Способен отвечать на запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности	<i>частично</i>	Знать: - методы определения интересов общества и аудитории Уметь: - определять интересы общества и аудитории Владеть: - методами определения интересов общества и аудитории
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<i>частично</i>	Знать: - принципы социальной ответственности. Уметь: - учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности. Владеть: - приемами учета эффектов и последствий своей профессиональной деятельности.
ПК-11. Способен	<i>частично</i>	Знать:

разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний		<ul style="list-style-type: none"> - правила разработки концептуальных и стратегических документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять правила разработки концептуальных и стратегических документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способами разработки концептуальных и стратегических документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний.
ПК-12. Способен владеть методиками оценки результатов информационных, коммуникационных и PR-кампаний	<i>частично</i>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики оценки результатов информационных, коммуникационных и PR-кампаний. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методики оценки результатов информационных, коммуникационных и PR-кампаний. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способами оценки результатов информационных, коммуникационных и PR-кампаний.
ПК-13. Способен применять креативные методы при решении профессиональных задач	<i>частично</i>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - что такое креативные методы при решении профессиональных задач <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять креативные решения при решении профессиональных задач в зависимости от ситуации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами поиска креативных решений при решении профессиональных задач.

4. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ

Основные понятия связей с общественностью как технологии управления.
 Общественность как социальное явление. Виды общественности.
 Основные организационные структуры в системе общественных связей.
 PR, GR, HR, IR как виды деятельности по связям с общественностью.
 Правовое и этическое регулирование связей с общественностью.
 Каналы выхода на целевые аудитории. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
 Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения.
 Роль связей с общественностью в формировании корпоративной культуры.
 Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью
 PR-документы
 PR-мероприятия
 Имидж и управление репутацией.
 Связи с общественностью в кризисных ситуациях.
 Связи с общественностью в защите имиджа от негативной информации в СМИ
 (информационная безопасность)
 Роль исследований в связях с общественностью

5. ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ – экзамен, курсовая работа

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 5

Составитель: *Соколова С.Ю.* доцент кафедры ЖРСО Соколова С.Ю.

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

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

Директор института *Петровичева Е.М.* д.и.н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 11.09.2019

Печать института

