

# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Связи с общественностью и PR

### 42.03.02 Журналистика

#### 8 семестр

#### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Связи с общественностью и PR» является изучение сущности связей с общественностью как научной дисциплины, методов и технологий для работы с различными целевыми аудиториями и в различных сферах.

Задачами курса являются:

- изучение сущности связей с общественностью;
- изучение целевых и ключевых аудиторий;
- изучение механизмов эффективного взаимодействия PR-специалистов и журналистов.

#### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Связи с общественностью и PR» относится к вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Основы рекламного дела», «Основы медиабизнеса», «Интернет-СМИ», «Работа в социальной сети»

#### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-2	частичное	<b>Знать</b> тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах. <b>Уметь</b> учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах. <b>Владеть</b> способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах.
ОПК-5	частичное	<b>Знать</b> тенденции развития медиакommunikативных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования <b>Уметь</b> учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikативных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

		<b>Владеть</b> способностью учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникативных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6	частичное	<b>Знать</b> технические средства информационно-коммуникативные технологии. <b>Уметь</b> учитывать в профессиональной деятельности современные технические средства информационно-коммуникативные технологии. <b>Владеть</b> способностью учитывать в профессиональной деятельности современные технические средства информационно-коммуникативные технологии.
ПК-20	частичное	<b>Знать</b> релевантные онлайн и оффлайн-ресурсы для информирования аудитории о публикациях журналистского текста <b>Уметь</b> информировать аудиторию о публикациях журналистского текста с помощью релевантных онлайн и оффлайн-ресурсов <b>Владеть</b> способностью информирования аудиторию о публикациях журналистского текста с помощью релевантных онлайн и оффлайн-ресурсов
ПК-21	частичное	<b>Знать</b> способы изучения реакции целевой аудитории. <b>Уметь</b> отслеживать реакцию целевой аудитории и принимать участие в обсуждении публикации. <b>Владеть</b> способностью отслеживать реакцию целевой аудитории и принимать участие в обсуждении публикации.
ПК-22	частичное	<b>Знать</b> механизмы корректировки творческих действий в зависимости от результатов взаимодействия с аудиторией. <b>Уметь</b> корректировать творческие действия в зависимости от результатов взаимодействия с аудиторией. <b>Владеть</b> способностью корректировать творческие действия в зависимости от результатов взаимодействия с аудиторией.

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Связи с общественностью. Сущность. Формы и площадки для осуществления коммуникации.
2. Целевая и ключевая аудитория.
3. Основные PR-технологии и PR-документы.
4. Медиапланирование. Подготовка проведения рекламной или PR-кампании.
5. Роль интернета в рекламной и PR-деятельности
6. Инструменты изучения целевой аудитории. Мониторинг информации.
7. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
8. Взаимоотношения PR-специалиста и журналиста
5. Оценка эффективности рекламных и PR-кампаний.

#### 6. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

## 7. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: ст.преподаватель Смыслова Л.В. Смы

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

Председатель учебно-методической комиссии Лат 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

