

Приложение к рабочей программе дисциплины

Современная пресс-служба

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Бакалавриат

Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Современная пресс-служба

Дисциплина части учебного плана, формируемая участниками образовательных отношений

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	108/3
Цель изучения дисциплины	Усвоение системы знаний в области современных коммуникаций, приобретение навыков организации и функционирования современной пресс-службы в России.
Содержание дисциплины	Структура и принципы организации современной пресс-службы. Общая характеристика современных российских государственных пресс-служб. Письменная коммуникация в ПР-деятельности. ПР-материалы для СМИ. ПР-технологии в работе пресс-служб. Формы и методы работы пресс-служб со СМИ, общественностью и политическими организациями. Подготовка и проведение презентации, пресс-тура, конференции. Организация пресс-конференции
Формируемые компетенции (коды)	ПК-2 ПК-4
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО ПК-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности ПК-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой и некоммерческой сферах ПК-4.1 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-4.2 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии ПК-4.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью Современная пресс-служба Проектно-организационная практика Преддипломная практика Теория и практика рекламы и связей с общественностью Введение в специальность рекламы и связи с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью Психология рекламы Основы брендинга Проектный менеджмент и экономика в рекламе и связях с общественностью Психология делового общения и переговорного процесса Мастер-класс "Тренинг публичного выступления" Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью Визуальные технологии в рекламе и PR Современные технологии социальной рекламы Организация специальных событий
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий 3) дистанционные образовательные технологии
Форма промежуточной аттестации	Экзамен