

Приложение к рабочей программе дисциплины

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, формируемой участниками образовательных отношений

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3 / 108
Цель изучения дисциплины	достижение следующих результатов образования: усвоение системы знаний в области современных коммуникаций, приобретение навыков организации и функционирования современной пресс-службы в России
Содержание дисциплины	Тема 1. Структура и принципы организации современной пресс-службы. Общая характеристика современных российских государственных пресс-служб Тема 2. Письменная коммуникация в ПР-деятельности. ПР-материалы для СМИ Тема 3. ПР-технологии в работе пресс-служб. Формы и методы работы пресс-служб со СМИ, общественностью и политическими организациями Тема 4. Подготовка и проведение презентации, пресс-тура, конференции. Организация пресс-конференции
Формируемые компетенции	ПК-2 Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности ПК-4 Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
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, Теория и практика рекламы и связей с общественностью, Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью, Проектный менеджмент и экономика в рекламе и связях с общественностью, Управление репутацией, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью, Психология рекламы, Основы брендинга, Психология делового общения и переговорного процесса, Введение в специальность рекламы и связи с общественностью, 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. Проектно-организационная практика, Преддипломная практика
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) выполнение контрольной работы.
Форма промежуточной аттестации	Экзамен