

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью изучения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» является овладение студентами прочными знаниями в области «public relations», постижение механизма построения коммуникационных связей между обществом и субъектами политического и экономического процесса. Данный курс позволяет на практике познакомить студентов с работой специалистов по связям с общественностью, технологиями проведения PR-кампаний.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.05
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Иностранный язык
2.1.2	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы
2.1.3	Социальная психология
2.1.4	Теория и практика медиакоммуникаций
2.1.5	Теория и практика рекламы
2.1.6	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.1.7	Русский язык и культура речи
2.1.8	Социология
2.1.9	Введение в коммуникационные специальности
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Производственная практика: профессионально-творческая практика
2.2.2	Социология рекламы и связей с общественностью
2.2.3	Психология рекламы и связей с общественностью
2.2.4	Теория и практика медиакоммуникаций
2.2.5	Русский язык и культура речи
2.2.6	Социальная психология
2.2.7	Слоган и текст в рекламе
2.2.8	Техника и технология рекламного видео
2.2.9	Техника и технология рекламной фотографии
2.2.10	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ПК-2: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)

ПК-2.1: Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Знать:

особенности текстов рекламы и связей с общественностью

особенности каналов коммуникации

особенности текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Уметь:

применять в профессиональной деятельности особенности текстов рекламы и связей с общественностью

определять особенности каналов коммуникации

применять особенности текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Владеть:

навыками применения в профессиональной деятельности особенностей текстов рекламы и связей с общественностью

навыками определения особенностей каналов коммуникации

навыками применения в профессиональной деятельности особенностей текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-2.2: Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
Знать:
понятие информационных поводов
специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, специфику применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта
Уметь:
применять понятие информационных поводов
применять специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
учитывать в профессиональной деятельности специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, специфику применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта
Владеть:
навыками разработки информационных поводов
навыками применения специфики информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
навыками разработки информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта
ПК-2.3: Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
Знать:
основы сценариев специальных событий
основы сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
Уметь:
применять в профессиональной деятельности основы сценариев специальных событий
применять в профессиональной деятельности основы сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
применять в профессиональной деятельности основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
Владеть:
навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев специальных событий
навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Знать:
механизм изучения запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп
порядок получения социологических данных с учетом с запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп
порядок соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Уметь:
применять механизм изучения запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп
использовать порядок получения социологических данных с учетом с запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп
использовать порядок соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Владеть:
навыками применения механизма изучения запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп
навыками использования порядка получения социологических данных с учетом с запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп
навыками использования порядка соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Знать:
основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основные характеристики целевой аудитории
специфику применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
технологии применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Уметь:
применять основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
использовать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
использовать в профессиональной деятельности технологии применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Владеть:
навыками применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
навыками использования основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
навыками применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-1.1: Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Знать:
отличительные особенности медиатекстов,
отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов
отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Уметь:
выявлять отличительные особенности медиатекстов,
выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов
выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Владеть:
навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов,
навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов
навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
ОПК-1.2: Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать:
специфику текстов рекламы и связей с общественностью
нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем
специфику текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Уметь:
выявлять специфику текстов рекламы и связей с общественностью
применять в профессиональной деятельности нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем
применять специфику текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Владеть:
навыками выявления специфики текстов рекламы и связей с общественностью

навыками применения в профессиональной деятельности норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
навыками применения в профессиональной деятельности специфики текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ПК-2.4: Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Знать:
понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности
инструменты взаимодействия с целевыми группами общественности
инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Уметь:
применять понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности
применять инструменты взаимодействия с целевыми группами общественности
применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Владеть:
навыками применения понятия миссии и философии организации, понятия целевых групп общественности
навыками применения инструментов взаимодействия с целевыми группами общественности
навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
	особенности текстов рекламы и связей с общественностью
	понятие информационных поводов
	основы сценариев специальных событий
	механизм изучения запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп
	основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основные характеристики целевой аудитории
	отличительные особенности медиатекстов,
	специфику текстов рекламы и связей с общественностью
	понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности
3.2	Уметь:
	применять в профессиональной деятельности особенности текстов рекламы и связей с общественностью
	применять понятие информационных поводов
	применять в профессиональной деятельности основы сценариев специальных событий
	применять механизм изучения запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп
	применять основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	выявлять отличительные особенности медиатекстов,
	выявлять специфику текстов рекламы и связей с общественностью
	применять понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности
3.3	Владеть:
	навыками применения в профессиональной деятельности особенностей текстов рекламы и связей с общественностью
	навыками разработки информационных поводов
	навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев специальных событий
	навыками применения механизма изучения запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп
	навыками применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов,
	навыками выявления специфики текстов рекламы и связей с общественностью
	навыками применения понятия миссии и философии организации, понятия целевых групп общественности