

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
Информация о владельце: «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
ФИО: Агабекян Раиса Левониковна (г. Краснодар)
Должность: ректор (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
Дата подписания: 03.04.2024 12:46:51
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
доцент Севрюгина Н.И.
25.12.2023

Б1.О.05.03
МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ПОДГОТОВКИ
Теория и практика связей с общественностью

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**
Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация **бакалавр**
Форма обучения **заочная**
Программу составил(и): кфн, доцент кафедры рекламы и дизайна, Петракова Анна Сергеевна

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		3		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	8	12	8	4	16	16
Практические	8	16	16	8	24	24
Индивидуальные консультации			0,5	0,5	0,5	0,5
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,3	0,5	1,1	0,8	1,4	1,3
В том числе в форме практ.подготовки	2	4	4	2	6	6
Итого ауд.	16	28	24	12	40	40
Контактная работа	16,3	28,5	25,6	13,3	41,9	41,8
Сам. работа	83	175	173	86	256	261
Часы на контроль	8,7	8,7	17,4	17,4	26,1	26,1
Итого	108	212,2	216	116,7	324	328,9

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)	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.2	Уметь:
3.3	Владеть: