

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра _____

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

PR в деятельности организации
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации _____
(код, уровень и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) _Медиакоммуникации в профессиональной
сфере _____
(наименование ОПОП)

Квалификация выпускника _магистр _____

Форма обучения __дневная, очная _____

Разработчик (и):

Жукова А.Г., к.филол.н., доцент, зав.кафедрой русской словесности и
межкультурной коммуникации Гос. ИРЯ им. АС Пушкина

Рецензенты:

Селезнева Л.В., д.филол.н., профессор кафедры русской словесности и
межкультурной коммуникации Гос. ИРЯ им. АС Пушкина

1. Цель освоения дисциплины

Целью дисциплины является овладение базовыми компетенциями профессиональной работы в области интегрированных коммуникаций и связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки **42.04.05 Медиакоммуникации**, программа «Медиакоммуникации в профессиональной сфере» дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «PR в деятельности организации» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
ПК-1. Способен определять и транслировать правовые и этические нормы, стандарты речевой культуры в профессиональной и социальной деятельности, организовывать и координировать работу медиаструктур	ПК-1.1. Организует сбор и оценку качества информации, необходимой для принятия управленческих решений	- назначение, задачи PR, - правовые и корпоративные требования к PR-деятельности, - особенности применения PR в организации - содержание, порядок исполнения обязательств в PR; основные понятия сферы PR, разновидности PR, технологии взаимодействия со СМИ	применять методики анализа PR-кампаний, способы построения, планирования и реализации PR-кампаний, составления коммуникационных программ	навыками составления коммуникационных программ в рамках кейсов; формулирования идей для PR-кампаний
	ПК-1.2. Координирует деятельность творческих работников, ИТ-специалистов, административны	структуру, задачи и функции отдела по связям с общественностью; особенности работы; структуру, обязанности	Планировать и координировать деятельность подразделения по связям с общественностью с распределением	навыками распределения обязанностей и координации деятельности сотрудников PR-подразделения

	й персонал и других специалистов, вовлеченных в процесс создания медиапроекта или медиапродукта	сотрудников отдела по связям с общественностью	обязанностей по направлениям работы	
	ПК-1.3. Осуществляет управленческий контроль за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	- системы сбора информации с целью расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации; особенности применения PR-технологий в культурно-просветительской сфере, специфику подбора PR-технологий для осуществления коммуникационных взаимодействий с целевыми аудиториями	Умеет: использовать различные средства массовых коммуникаций, для воздействия на целевую аудиторию в культурно-просветительской и образовательной сферах	Навыками анализа деятельности и речевой продукции представителей пресслужб различных организаций
	ПК-1.4. Определяет и осуществляет комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры с учетом правовых и этических норм, стандартов речевой культуры в профессиональной и социальной деятельности	особенности и виды мероприятий для прессы, методику их организации и проведения; методику информационного сопровождения мероприятий различного направления, проводимых организацией	осуществлять планирование и подготовку коммуникационных программ, PR-мероприятий планировать их информационное сопровождение	Владеет: - навыками сбора и анализа информации с целью расширения внешних связей и организации PR-кампаний
ПК-4. Способен дать оценку качеству текста или медиапродукта, принять решение по возможности его публикации, использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного	ПК-4.1. Формирует технические задания, ставит производственные задачи в области производства медиапроектов и медиапродуктов	Требования к техническому заданию коммуникационного проекта как вида документа	Разрабатывать техническое задание, проектировать коммуникационные программы	Постановки задач и определения КРІ для коммуникационных проектов ,внутренних и внешних
	ПК-4.2. Использует методы и формы создания и редактирования текстов	Жанры текстов, используемых в работе пресслужбы, их особенности и стандартные	анализировать и создавать тексты, актуальные для деятельности пресслужбы, готовить публикации для	владеть навыками анализа и подготовки информационных и продвигающих материалов

распространения на различных медианосителях		требования к ним	социальных сетей и официального сайта	
---	--	------------------	---------------------------------------	--

4. Структура и содержание дисциплины

1. Введение в PR.

Определение PR. Задачи, функции деятельности по связям с общественностью. Внешний и внутренний (корпоративный) PR. PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. PR в коммуникационной системе маркетинга. Цели и направленность мероприятий PR. Модели коммуникации и способы их реализации. Принципы public relations. Функции PR. Пропаганда и PR. Реклама и PR. Субъекты и объекты PR. Укрепление репутации организации с помощью средств PR. Целевые группы и контактные аудитории. Особенности взаимодействия с аудиторией.

Роль PR в формировании культуры бизнеса. Базовые ценности и «символы» корпорации. Подразделение по связям с общественностью в структуре организации: функции, задачи, структура.

Тема 3. Средства PR-коммуникации и виды PR-текстов.

Контролируемые и неконтролируемые средства PR-коммуникации.

Неконтролируемые средства: Пресс-релизы для всех видов СМИ. Статьи, очерки. Фотоматериалы. Пресс-конференции. Интервью и личные выступления. Специальные программы для радио и телевидения. Репортажи с места событий. Опровержения (ответы на обвинения) и т.д. Контролируемые средства: а) печатные (корпоративные СМИ, брошюры, информационные материалы; справочники, пособия, книги; письма, бюллетени; доски объявлений, плакаты и т.д.); б) аудиовизуальные: фильмы о работе организации; стендовые презентации материалов и т.д.; в) средства межличностного общения: официальные речи, лекции и семинары; «круглые столы» и т.д.; г) средства PR-рекламирования: обращения к общественности, заявления относительно позиции по определенным спорным вопросам; внешнее оформление: афиши, вывески, логотипы, символика и т.д.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих:

1. тестирование;
2. подготовку презентаций;
3. написание эссе;
4. ПОЗ (кейсы) (разработка коммуникационных программ.
5. работа с учебной литературой.

При реализации дисциплины «PR в деятельности организации» применяются следующие образовательные технологии:

1. интерактивные лекции;

2. практические занятия;
3. информационно-коммуникационные технологии;
4. кейс-технологии;