

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

_____ Современные PR-технологии _____
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 45.03.01 Филология _____

Направленность (профиль) _Прикладная филология_____

Квалификация выпускника _бакалавр_____

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

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 45.03.01 Филология, дисциплина Б1.В.06 «Современные PR-технологии» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

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

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
ПК-1 Владеет технологиями сбора, подготовки и представления общественно актуальной информации через СМИ; базовыми навыками создания на основе стандартных методик различных типов текстов (журналистских, рекламных, в том числе текстов для социальных сетей) в соответствии с нормативными, отраслевыми, жанровыми и стилевыми требованиями	ПК-1.1. Знает характеристики основных жанров журналистских и рекламных текстов, требования к работе журналиста, технологии сбора, подготовки и представления общественно значимой информации, навыками фактчекинга; имеет представление о сфере PR	<i>Имеет представление о назначении, задачах и целях PR, о новых трендах в PR, о правовом статусе субъектов PR; - знать правовые и корпоративные требования, особенности применения PR в организации и ходе общественной специфику подбора PR-деятельности; - содержание, порядок исполнения обязательств в PR; Основные понятия сферы PR, разновидности PR, технологии взаимодействия со СМИ</i>	<i>Умеет: применять методики анализа PR-кампаний, способы построения, планирования и реализации PR-кампаний, составления коммуникационных программ</i>	<i>Владеет: навыками составления коммуникационных программ в рамках кейсов; формулирования идей для PR-кампаний</i>
ПК-3 Владеет навыками разработки и	ПК-3.1 Знает основы разработки и реализации культурно-	<i>Знает: - системы сбора информации с целью расширения</i>	<i>Умеет: использовать различные средства</i>	<i>Владеет: - навыками сбора информации с целью расширения внешних</i>

реализации культурно-просветительских проектов в области филологии, проектов в области массовой коммуникации, а также информационного сопровождения проектной деятельности	просветительских проектов в области филологии, проектов массовой коммуникации и их продвижения в медиасреде	<i>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</i>	<i>массовых коммуникаций, для воздействия на целевую аудиторию в культурно-просветительской и образовательной сферах</i>	<i>связей и организации PR-кампаний</i>
	ПК-3.2 Осуществляет творческую деятельность по созданию информационных, презентационных и рекламных продуктов для электронных и сетевых СМИ	<i>Знает: Составляющие корпоративного имиджа организации, способы и инструменты его построения</i>	<i>Умеет: - организовывать специальные мероприятия для ключевых аудиторий базисного PR-субъекта</i>	<i>Владеет: - базовыми навыками конструирования позитивного корпоративного имиджа организации, - навыками презентации результатов PR-деятельности.</i>

4. Содержание дисциплины

1. Введение в PR.

Определение PR. Задачи, функции деятельности по связям с общественностью. Внешний и внутренний (корпоративный) PR.

2.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.

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)

Организация работы PR-служб. Виды PR-кампаний. Основные этапы организации PR-кампаний.

Управление PR технологиями и формами PR. Основные направления работы специалистов службы PR. Организационные формы управления PR: пресс-центры, центры общественных связей, информационные агентства и пресс-секретари. Планирование PR. Стратегический подход. Бюджет PR. Планирование и организация проведения PR -кампаний. Оценка эффективности.

Паблисити. Выбор стратегии в паблисити и требования, предъявляемые к его организации.

Арсенал средств в формировании корпоративного имиджа. Необходимость специальных событий для компании и их организация. PR в управление кризисом и возможностями. Special event: виды и методика организации. Интернет-PR и использование соцсетей.