

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» являются: формирование у студентов теоретических знаний, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными PR-коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоение комплекса основополагающих компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью в отрасли, конкурентоспособного на рынке труда, эффективно осуществляющего взаимодействие в профессиональной среде, обладающего социальной мобильностью и пользующегося устойчивым спросом в среде работодателей – руководителей предприятий транспорта, а также приобретение умений и практических навыков по освоению различных PR-технологий, применению коммуникационных форм и методов с учетом сфер деятельности предприятия (организации, специалиста).
Семестр, в котором изучается дисциплина	2,3 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ПК-1; ПК-2
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единицы, 216 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>2 семестр</p> <p>Тема 1 Концептуальное представление о связях с общественностью</p> <p>Тема 2 Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности</p> <p>Тема 3 Объединения PR-профессионалов в России и за рубежом</p> <p>Тема 4 PR-технологии: общая характеристика</p> <p>Тема 5 Медиарилейшнз в системе PR-технологий</p> <p>Тема 6 Особенности взаимодействия PR-структур со СМИ</p> <p>Тема 7 Специальные мероприятия в системе PR-технологий</p> <p>Тема 8 Корпоративные специальные мероприятия</p> <p>Тема 9 Деловые специальные мероприятия</p> <p>3 семестр</p>

	<p>Тема 1. Корпоративный PR как сфера профессиональной деятельности</p> <p>Тема 2. Формирование и развитие корпоративной культуры в организации</p> <p>Тема 3. Методы исследования корпоративных коммуникаций</p> <p>Тема 4. Социальное партнерство как концепция развития корпоративных коммуникаций</p> <p>Тема 5. Корпоративная пресса как компонент корпоративной культуры</p> <p>Тема 6 Корпоративные тренинги</p> <p>Тема 7. Оценка эффективности корпоративных коммуникаций</p>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p>	<p>Экзамен (2,3 семестр), Курсовая работа (3 семестр)</p>