

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	<p>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).</p>
Семестр, в котором изучается дисциплина	2,3 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1; ПК-2; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единиц, 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. 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 (3 семестр), зачет с оценкой (2 семестр), курсовая работа (3 семестр)</p>