

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Макаренко Елена Николаевна
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 25.08.2021 16:24:55
 Уникальный программный ключ:
 c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

СМИ и PR-деятельность

Закреплена за кафедрой **Журналистика**
 Учебный план z42.03.02_1.plx
 Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рпд		
Лекции	2	2	2	2
Практические	2	2	2	2
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная	4	4	4	4
Сам. работа	64	64	64	64
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель: обеспечить овладение студентами необходимыми теоретическими познаниями и навыками профессиональной работы в области современной PR-деятельности как науки, средства политики и отрасли бизнеса и журналистики.
1.2	Задачи: дать знания о концепциях организации общественных связей за рубежом и в России, познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития мирового PR, уяснить, специфику российской ситуации; дать возможность студентам освоить некоторые методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике, формирование знаний у студентов об основных организационных формах и структурных элементах PR-технологий.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-20: способностью использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач, ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ

Знать:

основы public relations

Уметь:

использовать элементарные приемы пиара

Владеть:

современной технической базой в цифровой медиасфере

ПК-6: способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций

Знать:

законы построения рекламного текста и организации пиар-мероприятий

Уметь:

использовать социальные темы для пиар-проектов

Владеть:

элементарными техническими средствами и информационными технологиями, применяемыми в пиар и рекламном бизнесе.