АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.3 Современные технологии PR

Автор: д.э.н., профессор Д.В. Федюнин

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области принятия участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

План курса:

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем
1	Связи с общественностью как форма управления коммуникационным процессов. Трансформация подходов к понимаю роли и функций PR в различных сферах.	Модель PR Ханта и Грюнига. Многообразие определений PR. Международное определение PR PRSA (Американская ассоциация по связям с общественностью). PR и маркетинг. PR как функция управления коммуникациями и коммуникационная метасистема (М. Шилина). Интегрированный подход к понимаю актуальных направлений коммуникаций.
2	Коммуникативная технология. Разновидности PR-технологий. Разработка PR-технологии. PR-инструменты. Каналы PR-коммуникации.	Широкая трактовка коммуникаций как способа формирования социальных миров. PR как часть массовых коммуникаций. Понятие коммуникативной и PR- технологии. Виды PR-технологий: информационные, антикризисные, имиджевые и др. Базовые инструменты и каналы PR-коммуникации.
3	Особенности использования PR-технологий в различных сферах: политика, бизнес, государство, образование, культура и др.	Политические технологии. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности. PR bro Bono и экологический PR. Бизнес PR-технологии. Коммуникации в сфере науки и образовании. PR с сфере культуры. Государственный PR.
4	Креативные технологии в PR.	Понятие креативности. Креативность и творчество в коммуникационной деятельности. Примеры креативных коммуникационных кампаний.
5	Понятие репутации. PR-технологии поддержания и разрушения репутации (character assassination).	PR в управлении репутацией. Возможности использования PR в целях поддержки репутации. Коммуникативные разрушений репутации в политике и бизнесе.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Современные технологии PR» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: метод проблемного изложения, фронтальные и комбинированные опросы

- при проведении занятий семинарского типа: диспут, эссе, кейс-стади;

Зачет проводится в форме решения студентом кейса и беседы с преподавателем по кейсу в устной форме.

Основная литература:

1. Антипов К.В. Основы рекламы. Дашков и К, 2015. http://www.iprbookshop.ru/14075
2. Исаенко Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. http://www.iprbookshop.ru/34533