АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.23 Введение в профессию

Автор: доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, канд. филол. наук, Пичугина О.А.

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 выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

План курса:

Тема 1: «Основные сферы (проявления) PR активности в современном обществе»

Своеобразие содержания и основных тенденций развития общества во второй половине XX в. Возрастание роли коммуникативных процессов и коммуникативных взаимосвязей. Общественная потребность в появлении профессионала-коммуникатора.

Характерные черты развития западных обществ. Своеобразие взаимодействия личности-общества-государства и его воздействие на содержание коммуникативных процессов. Российское общество как общество без рыночных традиций и без развитых личностных оснований социальных процессов. Коммуникативные процессы в российском обществе. Феномен посредничества.

Современный политический и бизнес PR. Факторы, влияющие на активизацию PR деятельности в политике и экономике. Приоритеты и ценности политического и бизнес PR. PR структуры, обслуживающие политические и экономические потребности общества.

Государственные (правительственные, муниципальные и др.), общественные, некоммерческие PR организации. Структура PR организаций и PR деятельности.

Международные PR структуры и PR деятельность в международной сфере.

Кризисный PR: содержание и характерные черты.

Тема 2: «Профессиональный язык в PR сфере»

Социально-культурные и социально-психологические основания PR деятельности. Возникновение особых терминов и понятий. Американский и европейский варианты обозначения PR терминологии. Возможности профессионального PR языка для корректного описания PR задач и PR деятельности.

Современное состояние языковой PR культуры в России. Причины смешения PR и рекламной деятельности. Профессиональная российская PR литература: характерные черты и своеобразие.

Профессиональных PR словарь.

Тема 3: «Основные виды PR деятельности»

Актуализация роли и значения коммуникативной деятельности в условиях трансформации общественных структур и возрастания роли личностного начала в социальном взаимодействии. Ценности "неучастия" как базовые неолиберальные ценности. Их влияние на коммуникативный процесс. Современный паблисити: его содержание, структура и тенденции эволюции.

Реклама. Рекламная деятельность. Рекламная продукция. Характерные черты PR деятельности в рекламной сфере.

Пресс-представительства как разновидность социальной деятельности и как профессиональная работа. Общее и особенное в пресс-представительской и PR деятельности. Формирование позитивного общественного имиджа организаций, учреждений, предприятий средствами пресс-представительства и PR. Актуальный менеджмент.

Участие PR в решении задач стратегического развития. Стратегический PR.

PR как переговорный и договорный процесс. Лоббирование: его содержание, виды и своеобразие. Лоббирование как своеобразная PR деятельность.

Тема 4: «PR-инструменты, PR проекты и PR кампании»

Принципы и методы постановки и решения профессиональных PR задач. PR задача как PR проект. Планирование PR действия. Учет факторов воздействия на PR акции.

Понятие "PR кампания". Типология PR кампаний. Принципы и методы организации PR кампаний.

Избирательная кампания как PR кампания. Выставка, презентация как PR кампания. Интервью и переговоры как PR кампания. Конкурсы, состязания как PR кампании.

Принципы PR кампаний. Критерии эффективности PR кампаний. Своеобразие PR услуг в ходе PR кампании.

Тема 5: «Личностные основания PR деятельности»

Психологические основания PR деятельности. Критерии профессиональной пригодности. Структура личности и актуализация личностных качеств в процессе профессиональной деятельности в сфере PR.

PR образование. Своеобразие и характерные черты предметных полей в PR образовании.

Общественные представления о профессионале в сфере PR деятельности: идеальные образы и реальность. Основания притягательности и популярности PR деятельности. Роль СМИ в создании образа коммуникатора.

Формирование собственного образа PR деятеля и PR деятельности.

Самоанализ и самоконтроль в процессе PR работы. Личностный компонент в формировании и выборе PR задач. Поиск и формирование PR заказов. Личное CV. Внешний облик. Язык. Культура диалога.

Тема 6: «Правовые, этические и эстетические основы PR деятельности»

Традиции формирования правовых основ PR деятельности в США, их распространение и адаптация к условиях англо-саксонской и континентальной правовой культуры. "Правовой кодекс" PR деятельности.

Основные международные нормативные акты, регламентирующие PR деятельность.

Своеобразие становления российского законодательства в 1990-е гг. Нормативные акты, регулирующие PR работу. Роль и значение Закона о потребителях.

Правовая культура как важнейший компонент профессиональной PR деятельности.

PR деятельность как творческий процесс. Современные эстетические ценности и своеобразие их преломления в PR деятельности. Эстетика как компонент PR образования

и PR профессионализации. Требования к оформлению PR структур и PR акций. Эстетическая презентация основных видов PR продукции. Фирменный знак.

Понятие "профессиональная этика" и своеобразие ее содержания в PR деятельности. Этические принципы и нормы PR деятельности. Проблема ответственности в PR деятельности. Критерии допустимости и возможности предложения PR услуг.

Значение этического фактора в повышении результативности PR деятельности.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.Б.23 «Введение в профессию» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля
Основные сферы (проявления) PR активности в современном обществе	Диспут
Профессиональный язык в PR сфере	Контрольная работа
Основные виды PR деятельности	Диспут
PR-инструменты, PR- проекты и PR кампании	Кейс. Деловая игра
Личностные основания PR деятельности	Творческое задание
Правовые, этические и эстетические основы PR деятельности	Доклад

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачет с оценкой в форме группового исследовательского проекта и тестирования.

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