

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.06.01 PR В МЕДИАИНДУСТРИИ****Автор: к.э.н. Григорьева В.В.****Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.04.01 Экономика
Профиль «Экономика медиаиндустрии»**Квалификация (степень) выпускника:** магистр**Форма обучения:** очная**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию в области выбора и использования программных решений, соответствующих задачам организации; оценки эффективности использования каналов для реализации PR-стратегии: ПК-8.3, ДПК-2.4, ДПК-3.4.

План курса:

Тема 1 Основы PR в медиа-индустрии.

Тема 2 PR – стратегия компании медиа-индустрии.

Тема 3 Методы оценки эффективности PR стратегии компании медиа-индустрии.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	Способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	ПК-8.3	Способность принимать стратегические решения на микро- и макроуровне в медиа-индустрии
ДПК-2	Способность составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом	ДПК-2.4	Способность руководить предприятиями медиа-сферы и индустрии развлечений
ДПК-3	Способность анализировать состояние медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях	ДПК-3.4	Способность определять наиболее эффективные формы ведения бизнеса на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений для конкретного предприятия

Результат формирования компетенции ПК-8.3 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- отличительные особенности паблик рилейшнз в медиа-индустрии;
- отличительные особенности паблик рилейшнз от других видов коммуникационной деятельности;
- модель коммуникации, вербальные коммуникации и невербальные коммуникации в паблик рилейшнз;
- виды и направления PR-стратегии.
- концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.

на уровне умений:

- разрабатывать PR-стратегию медиа-организации;
- использовать модель коммуникации для разработки PR-стратегии.

на уровне навыков:

- навыки выбора вида PR-стратегии;
- навыки выбора и применения современных PR-инструментов для решения практических задач.

Результат формирования компетенции ПК-9.4 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- понятийный аппарат в области PR;
- нормативно-правовое регулирование PR.
- этические основы PR.;

на уровне умений:

- разрабатывать планы PR-мероприятий с учетом конкуренции;
- использовать основной функционал программных средств и сервисов, используемых для реализации PR-стратегии;

на уровне навыков:

- навыки управления персоналом для эффективной реализации PR-стратегии;
- навыки разработки антикризисной PR-стратегии компании.

Результат формирования компетенции ПК-12.4 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- механизмы оценки и показателей эффективности и результативности PR-стратегии;
- программные продукты и сервисы, используемые в PR;
- специфика коммуникации в паблик рилейшнз;
- условия эффективных PR-коммуникаций.

на уровне умений:

- подготавливать и интерпретировать отчеты об эффективности и результативности реализованных PR-мероприятий в рамках PR-стратегии.

на уровне навыков:

- навыки выбора и использования программных решений, соответствующих задачам организации;
- навыки оценки эффективности использования каналов для реализации PR-стратегии.

Основная литература:

1. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 238 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/961413>