

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"**

Связи с общественностью через СМИ

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

Аннотация рабочей программы дисциплины

Закреплена за кафедрой **Кафедра управления и связей с общественностью**

Квалификация	Бакалавр		
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ		
Форма обучения	очная		
Часов по учебному плану	144		Виды контроля в семестрах: зачеты с оценкой 5
в том числе:			
аудиторные занятия	54,4		
самостоятельная работа	89,6		
часов на контроль	0		
Форма обучения	очно-заочная		
Часов по учебному плану	144		Виды контроля в семестрах: зачеты с оценкой 5
в том числе:			
аудиторные занятия	14,4		
самостоятельная работа	125,6		
часов на контроль	4		
Форма обучения	заочная		
Часов по учебному плану	144		Виды контроля в семестрах: зачет с оценкой 5
в том числе:			
аудиторные занятия	14,4		
самостоятельная работа	126		
часов на контроль	3,6		

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	18		18	
Практические	36		36	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	54,4		54,4	
Контактная работа	54,4		54,4	
Сам. работа	89,6		89,6	
Итого	144		144	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	6		6	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	14,4		14,4	
Контактная работа	14,4		14,4	
Сам. работа	125,6		125,6	
Часы на контроль	4		4	
Итого	144		144	

**Распределение часов дисциплины по курсам
заочная форма**

Курс	3		Итого	
Вид занятий				
Лекции	6		6	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	14,4		14,4	
Контактная работа	14,4		14,4	
Сам. работа	126		126	
Часы на контроль	3,6		3,6	
Итого	144		144	

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины - получение базовых знаний в области взаимодействия СМИ и структур по СО в коммерческом секторе.

Задачами учебной дисциплины «Связи с общественностью через СМИ (СО через СМИ)» являются:

1. совершенствовать современные теоретико-методологические представления рекламных и PR-кампаний, их особенности, овладеть методами, современными технологиями их проведения.
2. сформировать у студентов знания об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирм и организаций;
3. об оперативном планировании и оперативном контроле за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;
4. об организации и проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
5. оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Теория и практика связей с общественностью
2.1.2	Правовые основы PR
2.1.3	Гражданское право
2.1.4	Право
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Выполнение рекламных проектов в материале
2.2.2	Корпоративный PR
2.2.3	Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта
2.2.4	профессионально-ознакомительная практика
2.2.5	профессионально-творческая практика
2.2.6	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

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

ПК-1. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;

Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;

Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью

ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

Уметь: правильно использовать технологические инструменты;

Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.

ПК-1.3: Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • законы и нормативно-правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы рекламы; • внутренние и внешние факторы, неблагоприятно влияющие на деятельность компании и её репутацию; • мировой и отечественный опыт ведения работы специалистов по связям с общественностью; • проблемы развития отечественного и мирового рынка рекламы, перспективные направления рекламной деятельности.
3.2	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать приемы и средства создания рекламного продукта; • организовать работу ПР службы или отдела и составить план действий; • уметь выполнять работу по изучению общественного мнения, отношений, ожиданий общественности. • применять знания по дисциплине в практической деятельности специалиста по связям с общественностью.
3.3	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности • навыками оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью • навыками проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью