

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б3.В.ОД.1 «Теория и практика связей с общественностью»

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» является дисциплиной базовой части профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется кафедрой психологии и педагогики на Факультете гуманитарного образования ФГБОУ ВПО «СамГТУ».

Цели и задачи дисциплины. Целью освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» является формирование общекультурных и профессиональных компетенций необходимых для осуществления организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской, прогнозно-аналитической деятельности:

владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОК-4);

умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);

осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);

способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

знание истории и основных теорий менеджмента, владение основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знание основ бизнес-процессов (ПК-17);

способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28);

способность организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);

способность организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);

способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);

способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

владение навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Задачами изучения дисциплины являются:

- создание единого понятийно-образного пространства профессиональной деятельности по связям с общественностью;
- освоение знаний о способах, средствах, методах, технологиях организации и оценки деятельности по связям с общественностью;
- приобретение умений на основе консолидации информации решать актуальные профессиональные задачи в области связей с общественностью (различных классов новизны, сложности, глубины, частности) с минимальными временными и энергетическими затратами; выявлять ключевые, целевые, приоритетные группы общественности; на основе результатов исследования разрабатывать стратегию и тактику деятельности по связям с общественностью;
- овладение навыками стратегического мышления, позволяющего позиционировать деятельность организации, личности в системе корпоративных и общественных интересов в длительном периоде времени; исследовательской деятельности, сопоставления, анализа фактов, явлений, выдвижения гипотез, формирования прогнозов динамики общественного мнения и развития событий; решения многокритериальных задач по формированию (изменению) общественного мнения, созданию благоприятного имиджа, бренда, преодолению кризисных ситуаций в условиях быстро меняющейся социальной среды; создания благоприятной коммуникативной среды; проведения PR-мероприятия, PR-кампании.

Преподавание дисциплины ведётся на основе интерактивных образовательных технологий.

Формы организации учебного процесса: лекции, мастер-классы, лабораторные работы, практические занятия, тренинги, самостоятельная работа студента, консультации, case-study, мультимедийные презентации, курсовое проектирование.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля. Текущий контроль успеваемости контроль (проводится в формах: эвристической беседы, проверки и оценки индивидуального домашнего задания, анкетирования, тестирования, мультимедийной презентации отчётов по результатам лабораторных и практических занятиях). Рубежный контроль проводится в форме аттестации по результатам текущего контроля. Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит: 3 семестр в форме экзамена (включает в себя ответы на теоретические вопросы и решение задачи), 4 семестр в форме зачёта (включает в себя мультимедийную защиту отчета по лабораторному практикуму и ответы на вопросы), 5 семестр в форме творческого экзамена (проходит в два этапа: первый этап включает в себя проведение PR-мероприятия, второй этап - ответы на теоретические вопросы), 6 семестр в форме экзамена (включает в себя тестирование на ПЭВМ с использованием интернет-ресурсов).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 17 зачетных единиц, 612 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 164 ч, практические 58 ч, лабораторные 104 ч занятий и 286 ч самостоятельной работы студента.