

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Технологии рекламы и связей с общественностью»

Направление подготовки:	<u>42.03.01 – Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль:	<u>Реклама и связи с общественностью в отрасли</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

1. Цели освоения учебной дисциплины

Цель: сформировать у студентов теоретические представления и практические профессиональные навыки в области современных связей с общественностью и рекламы как научной деятельности, средства политики и отрасли бизнеса.

Задачи:

- сформировать представления о роли коммуникативных, управленческих и социальных знаний и концепций в связях с общественностью и рекламе
- сформировать представление о роли и значении служб по связям с общественностью и рекламных отделов в социально-экономическом и государственном управлении
- описать и сформировать представления об основных глобализационных трендах в области развития рекламы и связей с общественностью в контексте интегрированных маркетинговых коммуникаций
- интегрировать знания смежных отраслей коммуникативистики (социология СМИ, социологии коммуникации, основы теории коммуникации, теория и практика массовой информации, теория и практика связей с общественностью) в единое технологическое поле по формированию имиджей, строительства брендов, внутрикорпоративных коммуникаций, работы по формированию общественного мнения.
- обучить студентов навыкам работы на специализированной программе-симуляторе для разработки интерактивных коммуникационных моделей, индивидуальных технологий личностного и профессионального роста

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Технологии рекламы и связей с общественностью" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его базовую часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ПКО-2	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Мастер-классы, технология сотворчества, работа по индивидуальной профессионально-личностной образовательной карте, малые научно-практические конференции, круглые столы, межкурсовые семинары, конкурсы, деловые игры, симуляционный подход, тренинги, профессиональный коучинг..

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Роль рекламы и связей с общественностью в современном обществе

РАЗДЕЛ 2

Современный специалист в области связей с общественностью и рекламе

РАЗДЕЛ 3

Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью и рекламе

РАЗДЕЛ 4

Управление кризисными ситуациями

РАЗДЕЛ 5

Базовые коммуникативные стратегии и информационные кампании по продвижению государственных и производственных программ

Тестирование, опрос

РАЗДЕЛ 6

Каналы выхода на различные аудитории общественности и СМИ

РАЗДЕЛ 7

Целевые и ключевые аудитории в связях с общественностью и рекламе

РАЗДЕЛ 8

Исследования, планирование и программирование – основа эффективных публич рилейшнз и рекламных технологий

РАЗДЕЛ 9

Связи с общественностью и реклама как средства формирования имиджа, деловой репутации, строительства брендов

РАЗДЕЛ 10

Связи с общественностью и реклама в создании корпоративных коммуникаций и концепции социальной ответственности организации

Экзамен