

«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Б1.В.ДВ.2.1

Дисциплина «Связи с общественностью» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 39.04.01 «Социология», профиль подготовки «Социология массовых коммуникаций», квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Связи с общественностью» являются выработка у обучающихся целостного представления о сущности, природе и функциях рекламы и «паблик рилейшнз» (PR) в обществе и сфере культуры; получение обучающимися представления о деятельности «паблик рилейшнз» как деятельности по управлению коммуникациями между организациями культуры и различными целевыми общественными группами; изучение коммуникационных средств и технологий влияния на общественность, методов и приемов выявления проблем, вызовов и рисков и разработки PR-программ для достижения взаимопонимания, согласия и сотрудничества между организацией и общественностью. В процессе освоения дисциплины у обучающихся должно быть выработано представление о рекламе и связях с общественностью («паблик рилейшнз») как о целостной, внутренне структурированной деятельности, направленной на обеспечение социально-культурного взаимодействия, социально-культурных изменений, регулирования отношений между культурой и обществом.

Основными задачами дисциплины являются:

Профессиональная деятельность:

- управление коммуникациями между человеком и организацией, между организацией и обществом;
- применение технологий, методов, приемов и инструментов воздействия на целевые группы общественности;
- составление технических заданий на проведение исследований целевых общественных групп;
- определение эффективности «паблик рилейшнз».

Производственно-технологическая деятельность:

- решение прикладных задач аналитического характера в рекламе и связях с общественностью;
- исследование аудитории в рекламе и связях с общественностью;
- исследование аудитории средств массовой коммуникации и медиапланирование;
- создание образов и управление ими.

Организационно-управленческая деятельность:

- применение технологий «паблик рилейшнз» для выявления социальных, политических и экономических тенденций, вызовов и рисков, для разработки стратегий изменения, развития организации, осуществления программ действий в интересах организации и ее социума;
- презентация проектов.

Аналитическая деятельность:

- контент-анализ публикаций в средствах массовой коммуникации;
- анализ целевых групп и аудиторий средств массовой коммуникации;

Научно-исследовательская деятельность:

– подготовка обзоров, резюме, аннотаций, составление рефератов, научных докладов, публикаций по исследованиям в области связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Учебная дисциплина «Связи с общественностью» относится к вариативной части дисциплин по выбору по направлению 39.04.01 «Социология». Она непосредственно связана с такими дисциплинами как «Философия и методология социальных наук», «Социология телевидения», «Современные теории коммуникации».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Связи с общественностью», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 39.04.01 «Социология».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

ПК-8: способность и готовность использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности.

ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основанные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

– базовые положения связей с общественностью («паблик рилейшнз») как деятельности по управлению коммуникациями в социальной сфере и сфере культуры;

– современную практику массовой коммуникации и различные ее виды и формы;

– современные стратегии связей с общественностью;

– технологии связей с общественностью, способные реализовать стратегию «паблик рилейшнз» (PR);

– правовые и этические основания связей с общественностью.

Уметь:

– применять технологии, методы, приемы и инструменты, используемые в «паблик рилейшнз» для воздействия на целевые группы, для выявления проблем, вызовов, рисков и угроз в отношении организации;

- планировать исследование целевых аудиторий; пользоваться данными социологических исследований;
- определять стратегию влияния на целевую аудиторию;
- разработать PR-программу для решения проблем организации коммуникативными методами;
- организовать рекламные и PR-кампании, работать в социальных сетях;
- подготовить бэкграунд организации, пресс-релиз и другие текстовые материалы для СМИ;
- устанавливать и поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, бизнес-структурами, государственными и общественными структурами;
- работать в пресс-службе, отделе по связям с общественностью, центре общественных связей;
- уметь выстраивать отношения с внутренней общественностью.

Владеть:

- понятийным аппаратом и современными методами изучения коммуникационных процессов и анализа вызовов и рисков для субъекта управления;
- навыками маркетинга, работы в кризисных ситуациях; методами оценки коммуникационного влияния на целевые аудитории.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.