

«СТРАТЕГИИ И ТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАЦИИ»

Б1.Б.24

Дисциплина «Стратегии и технологии коммуникации» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификации бакалавр, входит в базовую часть дисциплин блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является приобретение знаний и отработка на этой основе навыков эффективного использования стратегий и технологий коммуникаций для решения индивидуальных, публичных и корпоративных задач.

Задачи изучения дисциплины:

- знакомство с концептуальными подходами распознавания коммуникационного пространства, его структурирования с помощью коммуникативных единиц;
- освоение современных парадигм исследования и методов описания комплекса коммуникативных практик межличностного и корпоративного взаимодействия;
- изучение технологий конструирования стратегий коммуникаций в сфере личных, публичных и корпоративных взаимодействий;
- отработка технологий управления коммуникациями и освоение алгоритмов решения локальных задач в сфере личной и неличной форм коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программе бакалавриата

Дисциплина «Стратегии и технологии коммуникаций» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью квалификации бакалавр; входит в базовую часть дисциплин (Б1.Б).

Содержание данного курса соответствует требованиям ФГОС и предназначено для обучения основным знаниям и навыкам профессиональной коммуникационной деятельности с целью обеспечения эффективной организации коммуникативного пространства.

Междисциплинарность курса. В системе подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» курс «Стратегии и технологии коммуникаций» органично связан с другими курсами базовой части учебного плана такими как: «Основы теории коммуникации», «Основы рекламы», «Связи с общественностью», «Психология», «Стилистика и литературное редактирование». Изучение данной дисциплины взаимосвязано так же

с дисциплинами вариативной части обязательных дисциплин учебного плана, например, «Коммуникации в коммерческой деятельности» и «Мультимедийные технологии в рекламе и связях с общественностью», и вариативной части дисциплин по выбору – «Семиотика рекламы и связей с общественностью» и «Формирование самоимиджа и самопрезентации». Данные дисциплины совместно с курсом «Стратегии и технологии коммуникаций» помогают обучающимся выявлять механизмы создания позитивного личного и корпоративного имиджа в коммуникации через систему художественных образов, символов, знаков на язык чувств и эмоций, с учетом нужд и запросов реципиента. Интеграция различных областей знания в общей образовательной программе студентов, формирует способность самостоятельно приобретать новые знания и коммуникативные качества, учитывая специфику сферы профессиональной деятельности; умения применять современные информационные технологии и адаптироваться к изменениям окружающей среды и новым технологиям; навыки ведения переговоров, работы в команде.

Указанные связи дисциплины «Стратегии и технологии коммуникаций» дают обучающемуся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с Государственным образовательным стандартом, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности выпускника.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Стратегии и технологии коммуникаций»

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Стратегии и технологии коммуникаций», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины «Стратегии и технологии коммуникаций» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программы по данному направлению подготовки:

ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия

ОПК-6 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

ПК-1 - способность 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

По завершении курса обучения обучающийся должен:

Знать:

- стратегии и технологии коммуникационной деятельности;
- методы анализа эффективности управления коммуникативными процессами;
- технологии рекламной и PR - деятельности как неотъемлемого элемента системы коммуникаций организации;

Уметь:

- организовывать и продвигать инновационные формы работы в области профессиональных интересов и осуществлять эффективную коммуникативную деятельность;
- участвовать в планировании и организации коммуникационной деятельности, разработке рекламной и PR-политики и стратегии организации;
- организовывать коммуникативные процессы в области профессиональной деятельности;
- осуществлять взаимодействие со средствами массовой информации профессиональной организации взаимоотношений с объектом коммуникации в области профессиональных интересов.

Владеть:

- навыками применения стратегий и технологий коммуникации
- планирования и организации внешних и внутренних коммуникаций организации с учетом специфики ее деятельности;
- идентификации и формирования имиджа организации;
- оценки результатов коммуникативного воздействия на различные целевые группы общественности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.