

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
Б1.В.ДВ.05.01 «СОЦИАЛЬНЫЕ PR-ТЕХНОЛОГИИ»**

**Кафедра связей с общественностью и журналистики**

**1. Цель и задачи дисциплины**

**Цель освоения дисциплины** – показать студентам место и роль социальной сферы в деятельности современного PR-специалиста, а также освоить практические навыки по использованию социальных технологий в связях с общественностью.

**Задачи курса:**

- познакомить студентов с основными понятиями и предметом социальных PR-технологий;
- дать возможность студентам свободно ориентироваться в основных подходах к социальным процессам, сферах вовлеченности и субъектах PR-деятельности данного направления;
- помочь студентам освоить методы сбора и обработки актуальной социальной информации применительно к разработке PR-проектов;
- развить у студентов умения использовать теорию и практику социальных инструментов и методов, используемых в связях с общественностью.

**2. Место дисциплины в структуре учебного плана**

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.05.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины**

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

**общефессиональные:**

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

**профессиональные:**

- способностью 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);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

**Знать:**

- основополагающие понятия и методы работы отделов связи с общественностью и рекламных подразделений;
- функционал и основные навыки работы рекламных агентств и отделов пиара в социально ориентированных организациях.

**Уметь:**

- работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
- разрабатывать рекламную продукцию и проводить специальные мероприятия по продвижению интересов заказчика;
- создавать коммуникационные сообщения в рамках социальных пиар технологий
- проводить специальные мероприятия и создавать информационные поводы в СМИ в рамках проведения социально ориентированных проектов;
- применять методы связи с общественностью в социальной сфере;
- создавать социально ориентированные проекты и поддерживать их средствами пиара и социальной рекламы.

**Владеть:**

- прикладными инструментами, методологией и методиками в сфере социальной рекламы и специально ориентированного пиара;
- организационными навыками в проведении рекламных компаний в сфере социальных проектов;
- навыком самостоятельной работы с первоисточниками по связям с общественностью в социальной сфере;
- навыком проведения компаний в сфере социальной рекламы и PR;
- навыками проведения стандартной PR-кампании, и разработки рекламной продукции в социальной сфере.

**4. Общий объем дисциплины:** 3 з. е. (108 часов).

**5. Дополнительная информация**

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, контролирующую самостоятельную работу (разработка проектов), самостоятельную работу студента, консультации.

**6. Виды и формы промежуточной аттестации:** зачет в устной форме.