

ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ

Б1.В.01

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель курса формирование устойчивых представлений о способах и методах коммуникации в различных сферах общественной жизни и выработка на этой основе навыков эффективного использования стратегий и технологий коммуникации для решения индивидуальных, публичных и корпоративных задач.

Задачи дисциплины

Основными задачами дисциплины являются: 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; 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.

2. Место дисциплины в структуре магистерской программы

Сегодня реклама и PR настолько влияет на наше общество, что можно говорить о наступлении «эпохи коммуникации». Действительно, реклама и пиар широко используется представителями очень многих профессий, например, при обмене мнениями с коллегами по работе, при разговоре с начальством, в ходе переговоров с партнёрами по бизнесу, поставщиками и покупателями. Чем лучше этот обмен протекает, тем быстрее мы можем достичь своих профессиональных целей. В частных случаях общения с помощью партнерского и бесконфликтного обмена мы создаём, прежде всего, гармонию, чувство уверенности и глубокого взаимопонимания. Уверенная коммуникация помогает также завоевать доверие. Понимание других людей и чувство, что понимают тебя, резко повышает качество нашей жизни. Так мы учимся управлять важными для нас аспектами жизни. Поэтому знать правила и законы конструирования коммуникативного пространства просто необходимо для того, чтобы чувствовать себя в мире как «рыба в воде» и держаться в обществе «на плаву». В этом состоит главное назначение данной дисциплины.

Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» является дисциплиной вариативной части цикла Б1 «Дисциплины (модули)» учебного плана подготовки магистров по

направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Содержание данного курса соответствует требованиям ФГОС ВО и предназначено для знакомства будущих специалистов в области профессиональной деятельности с основными технологиями успешной коммуникации в различных сферах личной и групповой репрезентации.

Актуальность ее связана с тем, что коммуникативное пространство - это набор стратегий и технологий структуризации и колонизации образно-знаковой сферы, задающей модели поведения различных авторов. Очевидно, что на пути к успешной коммуникации есть много камней преткновения и препятствий. Успешная коммуникация (интеракция или массовая) - это бесконфликтный обмен информацией. Какие для этого есть стратегии и насколько они разнообразны? С другой стороны, успешная передача информации означает, что высказывания собеседника должны быть восприняты и поняты. Находясь в одном времени и пространстве с другими людьми, мы постоянно общаемся с ними. Иногда только с помощью взглядов и языка тела, но чаще вербально. Основное значение при этом имеет способность правильно выражать свои мысли и правильно понимать своего собеседника. Именно эта способность определяет то, *как* мы приспосабливаемся к среде, в которой находимся, и как при этом воспринимаем себя и других людей.

Таким образом, значение курса «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» определяется его *содержанием*: в нем дана характеристика стратегий и технологий коммуникации как новой методологии в развитии public relations, осуществлены анализ и систематизация основных подходов к пониманию коммуникации, описан инструментарий и технологии реализации коммуникативных стратегий в различных сферах общества - экономической, политической, социальной. Приобретенные знания и навыки позволяют расширить методологическую и инструментальную базу профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью.

В системе подготовки магистра по направлению «Реклама и связи с общественностью» курс «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» органично связан с другими курсами учебного плана: «Планирование и организация рекламной кампании», «Разработка медиапланов», «Управление рекламным агентством».

Для изучения данной дисциплины студентам необходимо овладение следующими *областями* научного знания:

Философия (темы: природа человека и смысл его существования; человек и космос; человек, общество, цивилизация, культура; свобода и ответст-

венность личности; человеческое познание и деятельность; человечество перед лицом глобальных проблем; многообразие культур, цивилизаций, форм социального опыта; человек в мире культуры; Россия в диалоге культур; личность; проблема свободы и место XX в во всемирно-историческом процессе).

Интеграция различных областей знания в общей образовательной программе магистров, 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.

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» могут быть использованы студентами в процессе освоения других дисциплин. Указанные связи дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» дают магистранту 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

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Реклама и связи с общественностью».

Процесс освоения данной дисциплины направлен на формирование следующих универсальных и профессиональных компетенций:

УК-4 - Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;

ПК-1 - Способность управлять деятельностью коллектива, разрабатывать эффективную коммуникационную стратегию, планировать и осуществлять её реализацию, обеспечивать эффективность.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать: современные коммуникативные технологии, творческие технологии коммуникации, особенности управления рекламной коммуникацией;

современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

Уметь: самостоятельно отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

применять современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия;

выбирать приемы менеджмента для применения их в рамках конкретных бизнес-процессов, маркетинговых ситуациях;

Владеть: способностью применять современные коммуникативные технологии на иностранном(ых) языке(ах);

навыками прогнозирования последствий применения стратегии развития бизнеса;

способностью отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.