

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сенченко Павел Васильевич  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 03.11.2023 19:56:00  
Уникальный программный ключ:  
27e516f4c088deb62ba68945f4406e13fd454355

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**

**ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ  
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»  
(ТУСУР)**

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**РАЗРАБОТКА PR-СТРАТЕГИИ**

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**  
Направление подготовки / специальность: **43.03.01 Сервис**  
Направленность (профиль) / специализация: **Связи с общественностью (PR) в информационном обществе**  
Форма обучения: **очная**  
Факультет: **Гуманитарный факультет (ГФ)**  
Кафедра: **Кафедра истории и социальной работы (ИСР)**  
Курс: **3**  
Семестр: **5**  
Учебный план набора 2022 года

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности**

Виды учебной деятельности	5 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	18	18	часов
Практические занятия	36	36	часов
в т.ч. в форме практической подготовки	14	14	часов
Самостоятельная работа	54	54	часов
Подготовка и сдача экзамена	36	36	часов
Общая трудоемкость	144	144	часов
(включая промежуточную аттестацию)	4	4	з.е.

Формы промежуточной аттестация	Семестр
Экзамен	5

## 1. Общие положения

### 1.1. Цели дисциплины

1. Приобретение студентами теоретических знаний и формирование практических способностей в сфере PR менеджмента и технологий.

### 1.2. Задачи дисциплины

1. Сформировать представление об основах PR-деятельности, ознакомить с историей её возникновения, мировым и отечественным опытом работы, с развитием ее главных принципов, методов и закономерностей.

2. Раскрыть основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области связей с общественностью для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества.

3. Выявить и проанализировать основные подходы к определению, типологии, структуре, оценке эффективности различных форм профессиональной деятельности в области связей с общественностью для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества.

4. Научить конкретным технологиям, методам и приёмам стратегического планирования и ведения PR-кампаний в рамках основной формы профессиональной деятельности.

5. Способствовать формированию навыков самостоятельной ориентации и творческого поиска в сфере связей с общественностью, массовых коммуникаций и других смежных областях.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).

Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Модуль дисциплин: Модуль направленности (профиля) (major).

Индекс дисциплины: Б1.В.02.12.

Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции
<b>Универсальные компетенции</b>	
-	-
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>	
-	-
<b>Профессиональные компетенции</b>	
ПК-3. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-3.1. Знает основные принципы организации работ по созданию и редактированию контента
	ПК-3.2. Умеет анализировать информационные потребности аудитории
	ПК-3.3. Владеет навыками управления и контроля информацией из различных источников

## 4. Названия разделов (тем) дисциплины

Названия разделов (тем) дисциплины
<b>5 семестр</b>
1 PR – понятие; генезис и эволюция; место и роль в современном социуме
2 Функции, задачи и принципы деятельности по связям с общественностью

3 Управление PR: стратегическое планирование и тактика - проектирование кампаний
4 Средства PR-коммуникаций и формы информационных материалов
5 Взаимодействие со СМИ. Управление информацией и формы подачи информационно-новостных материалов
6 Особенности организации и проведения кампаний в государственной сфере
7 Особенности организации и проведения кампаний в коммерческой сфере
8 Особенности организации и проведения кампаний в некоммерческом секторе
9 Проблемы оценивания эффективности PR-стратегий