

Институт иностранных языков

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Образовательная программа
45.04.02 «Лингвистика»,
профиль «Теория коммуникации и Международные связи с общественностью
(PR)»**

Наименование дисциплины	Связи с общественностью (PR)
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Связи с общественностью в системе массовых коммуникаций	Связи с общественностью в системе массовых коммуникаций Понятие и структура системы массовых коммуникаций. Связи с общественностью, реклама, журналистика, медиакоммуникации в системе СМК. Связи с общественностью: основные подходы к определению. Основные сферы PR.
Связи с общественностью как социальный институт	Связи с общественностью как социальный институт Основные признаки связей с общественностью как социального института. Роль связей с общественностью в обществе. Правовые и этические основы связей с общественностью. Институциональные формы связей с общественностью. Рынок PR в России.
Субъекты и объекты PR-деятельности	Понятие субъектов PR-деятельности. Базисные и технологические субъекты PR-деятельности. Классификация базисных и технологических субъектов PR-деятельности. Общественность как основной объект PR-деятельности. Понятие общественности в PR. Идентификационные признаки общественности. Понятие целевых групп общественности. Классификация целевых групп общественности. Целевые и приоритетные группы общественности. Внутренняя и внешняя общественность.
Результаты коммуникационной	Результаты коммуникационной

<p>деятельности: паблисити, паблицитный капитал, репутация.</p>	<p>деятельности: паблисити, паблицитный капитал, репутация. Понятия «паблисити», «паблицитный капитал». Репутация и репутационный менеджмент. Алгоритм репутационного менеджмента.</p>
<p>Результаты коммуникационной деятельности: имидж, бренд, корпоративная идентичность</p>	<p>Имидж и его значение для деятельности субъекта PR. Имидж персональный и корпоративный: понятие и структура., Бренд и брендинг: эволюция понятия, виды и технологии. Корпоративная идентичность и ее компоненты: корпоративная стратегия и корпоративная политика, корпоративная философия как совокупность корпоративных ценностей, корпоративная миссия, корпоративный слоган, корпоративная культура, корпоративное кредо.</p>
<p>Информационная и ивент-компоненты деятельности специалиста по коммуникациям</p>	<p>Содержание темы. СМИ как средство коммуникации в связях с общественностью. Характеристика средств массовой информации. Электронные и печатные СМИ. Информационные агентства. Корпоративные СМИ. Основы ньюсмейкинга. Информационный повод. Раота с информацией. Ньюсмейкинг. Пресс-клиппинг и медиа-досье. Пресс-служба в медиа-рилейшнз. Формы взаимодействия со СМИ в связях с общественностью. Пресс-конференция и брифинг. Пресс-тур. Пресс-завтрак (пресс-ланч). Интервью. Информационное спонсорство. Понятие ивентинга. Виды ивентов.</p>
<p>Письменные формы PR-коммуникации</p>	<p>Письменные формы PR-коммуникации. Понятие «PR-текст». Жанровая типология и классификация PR-текстов.</p>
<p>Жанровые разновидности PR-текстов</p>	<p>Жанровые разновидности PR-текстов Простые первичные Жанровые разновидности PR-тексты: оперативно-новостные; исследовательско-новостные; фактологические, исследовательские, образно-новостные. PR-медиатексты. Комбинированные PR-тексты. Смежные PR-тексты</p>

Разработчиком является доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ А.Д. Кривоносов

Директор ИИЯ



Н.Л. Соколова