

Аннотация к рабочей программе дисциплины ФТД.1. КРЕАТИВНОЕ МЫШЛЕНИЕ В PR

1. Цели освоения дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Креативное мышление и PR» является знакомство магистрантов с принципами рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью как маркетинговых коммуникаций, подготовка к самостоятельному решению теоретических и практических задач, возникающих в ходе управленческой деятельности в различных сферах экономики; совершенствование и углубление знаний в области рекламы, связей с общественностью, менеджмента, маркетинга путем подробного ознакомления со спецификой креативного мышления в PR.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы (ООП)

Дисциплина ФТД.1. «Креативное мышление в PR» относится к факультативным дисциплинам и читается на 2 курсе.

Дисциплина «Креативное мышление в PR» является одной из важных дисциплин в профессиональной подготовке магистрантов. Эффективное использование знаний теории и практики организации деятельности по связям с общественностью в их дальнейшей профессиональной деятельности является безусловно полезным и перспективным. Изучаемая дисциплина тесно связана с такими областями знаний как основы менеджмента, управление персоналом, социология управления.

Программа дисциплины «Креативное мышление в PR» находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими дисциплинами по выбору, а также основными дисциплинами данного цикла: «Теория организации», «Государственное и муниципальное управление» и др., читаемые параллельно и после данного курса. Знание материалов дисциплины необходимо при выполнении научно-исследовательской работы, а также при практической работе магистрантов.

Данная дисциплина используется при формировании содержания итоговой государственной аттестации.

Общественные преобразования, происходящие в Российской Федерации на современном этапе, естественным образом обуславливают активизацию деятельности по связям с общественностью отечественных хозяйственных структур, осуществляемую и на внутринациональном, и на международном уровнях. Однако, данная деятельность характеризуется сравнительно высокими интенсивностью и динамичностью, а также многофункциональностью и значительным количеством субъектов – участников. Поэтому эффективность данной деятельности напрямую детерминируется не только факторами управления, но и креативностью руководителей и исполнителей.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

готовностью создавать журналистские авторские материалы, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, знании технологии их создания и существующих профессиональных стандартов (ПК-1);

готовностью выполнять на высоком профессиональном уровне различные виды работы, связанные с подготовкой медиатекстов (анализ, оценка текста, редактирование) (ПК-2);

способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования (ПК-3);

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать:

1. основные цели связей с общественностью;
2. основные принципы работы с общественным мнением;
3. методы предотвращения стресса в профессиональной деятельности с использованием PR;
4. основные качественные методы социологических исследований в PR;
5. основные количественные методы социологических исследований в PR.

Уметь:

1. использовать принцип доминанты А.А. Ухтомского в технологиях PR;
2. анализировать установки, стереотипы и социокультурные паттерны поведения в PR;
3. использовать каналы межличностной коммуникации в PR;
4. использовать PR в кризисных ситуациях;
5. использовать PR для разрешения конфликта;
6. изучать скрытые мотивы, стереотипы и установки с помощью количественных и качественных методов социологических исследований в PR.

Владеть:

1. терминологическим аппаратом деятельности по связям с общественностью;
2. методами количественных и качественных социологических исследований в PR;
3. креативным мышлением в PR;
4. прикладными методами, технологиями, инструментариями, используемыми для осуществления деятельности по связям с общественностью.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 академических часов.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Применение социальных и психологических феноменов в связях с общественностью	Пять основных целей PR. Качественные уровни отношения к объекту PR и нейролингвистическое программирование. Использование принципа доминанты А.А. Ухтомского в технологиях PR. Способы коррекции нежелательных доминант. Установки и стереотипы в PR. Социокультурные паттерны поведения в PR.
2	Связи с общественностью в системе межличностных коммуникаций	Гендерный аспект PR-коммуникаций. Основные принципы работы с общественным мнением. Использование каналов межличностной коммуникации в PR. Манипулятивные психотехнологии в PR. Проблемы грязных технологий (черный PR). Бренд в системе межличностных коммуникаций. Формирование имиджа средствами PR. Искусство самопрезентации в PR.
3	Организация связей с общественностью в экстремальных ситуациях	PR в кризисных ситуациях. Роль PR в разрешении конфликтов. PR и методы предотвращения стресса в профессиональной деятельности. Поиск креативных решений в PR. Позитивное мышление в практике PR-специалиста.
4	Социологические исследования в PR	Количественные и качественные социологические исследования. Включенное наблюдение. Применение методы фокус-групп в PR. Изучение скрытых мотивов, стереотипов и установок с помощью проективных методов. Практическое применение метода ассоциаций. Особенности методы семантического дифференциала. Анализ документов в PR.