**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**PR-ПРОЕКТИРОВАНИЕ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ**

Направление подготовки - **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Направленность (профиль) - **Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника - **Бакалавр**

**Цель** дисциплины «PR-проектирование на иностранном языке» **–** овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной, а также предметной (знания профессионального характера) компетенции для решения коммуникативных задач в сфере профессионального общения, формирование способности к профессиональной проектной деятельности.

**Задачи дисциплины**:

* дать знания об основных принципах планирования кампаний по связям с общественностью;
* обеспечить формирование способности самостоятельно во всех необходимых деталях разработать проект коммуникационной кампании, включая антикризисный PR, представить способы оценки её эффективности, аргументировать выбор стратегии и тактики при наличии нескольких вариантов;
* дать знания о структурных и стилистических особенностях доклада с электронной презентацией, эффективных стратегиях ее подготовки;
* научить основным стратегиям и приёмам подготовки презентации, правилам оформления слайдов;
* обеспечить формирование способности подготовить и провести презентацию PR кампании на иностранном языке, способности обсуждать профессиональные проблемы на иностранном языке, что предполагает владение умениями и стратегиями планирования содержания и структуры презентации, а также достаточное для осуществления данной задачи развитие коммуникативной компетенции.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

Знать:

- основные этапы проведения PR кампании;

- основные принципы планирования PR кампаний (стратегическое, тактическое, календарное и медиапланирование);

- правила оформления электронных презентаций;

- основные средства построения связного, логичного устного и письменного текста;

- лексические средства выражения основных понятий и категорий в сфере функционирования предприятий, рекламы, связей с общественностью, маркетинга;

Уметь:

- практически применять основные методы планирования и бюджетирования PR-кампании, а также методы оценки эффективности в сфере PR;

- подготовить и сделать устный доклад с использованием электронной презентации.

Владеть:

- навыками ведения дискуссии на общие и профессиональные темы;

- принципами PR проектирования;

- умениями и стратегиями письменной деловой коммуникации;

- методами отбора и систематизации научно-практической информации.

**Содержание дисциплины:**

1. Теоретические основы PR-проектирования. Принципы формирования стратегии коммуникационной кампании.
2. Теоретические основы PR-проектирования. Принципы планирования тактики проведения коммуникационной кампании.
3. Структура и содержание презентации организации.
4. Структура и содержание презентации плана коммуникационной кампании (рекламной или маркетинговой кампании).
5. Психологические аспекты подготовки доклада.