

Приложение к рабочей программе дисциплины

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Теория и практика рекламы и связей с общественностью»

*Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений
Заочная форма обучения*

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	12 / 432
Цель изучения дисциплины	достижение следующих результатов образования: усвоение системы знаний в области современных коммуникаций, приобретение навыков владения основными техниками рекламы и связей с общественностью, позволяющих выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной сфере
Содержание дисциплины	ПротоPR и протореклама древних времён. Реклама в античном обществе. PR древних времён и античности. Реклама и PR Западного Средневековья. Развитие рекламы в XIX - начале XXв. Реклама и PR во второй половине 50-х - 90-х гг. XX в. Современные тенденции рекламы и PR. Реклама и PR в системе управления организацией. PR-подразделение, агентства рекламы и СО. Понятия имиджа и репутации. Управление корпоративным имиджем. Медиарилейшнз. Взаимодействие с журналистами. Рекламная деятельность. ATL- и BTL- технологии в рекламе. Медийная реклама. Программы КСО. PR социально-ответственного бизнеса. Спонсорство в СО. Спонсорские пакеты для Event-мероприятий. GR. Отношения с государственными структурами. Лоббирование.
Формируемые компетенции	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений ПК-1 Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах ПК-4 Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
Коды и наименование индикатора достижения	УК-2.1 Демонстрирует способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для

компетенции	достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ УК-2.3 Использует различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуется методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также может рассчитать ресурсные затраты ПК-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации ПК-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-4.1 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-4.2 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии ПК-4.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Основы проектной деятельности Правоведение Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью Политический PR Основы брендинга Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью Бренд-менеджмент Психология управления Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий Интернет-маркетинг Профессионально-ознакомительная практика Организационно-управленческая практика Проектно-аналитическая практика Преддипломная практика
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) выполнение контрольной работы.
Форма промежуточной аттестации	Зачет, зачет, экзамен