

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**Бакалавриат****Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»****АННОТАЦИЯ****рабочей программы дисциплины****Организация специальных событий***Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)**Заочная форма обучения*

Составитель аннотации – Круглова М.С., к.э.н., ст.преп. каф. ОПиСК

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ/ час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	развитие представлений о методологии и методах проектирования, планирования и проведения событийных мероприятий, а также навыков составления документов, договоров с заказчиком и поставщиками, выбора способов продвижения информации о event-мероприятии
Содержание дисциплины	Типология специальных событий и особенности их организации. Особенности организации спонсорских и промо-мероприятий. Управление событиями различного типа. Объекты управления событиями. Планирование специального события. Реализация специального события. Методы оценки эффективности специального события.
Формируемые компетенции	ПКУВ-1 Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах ПКУВ-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 компетенции	ПКУВ-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 ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПКУВ 4.1 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ПКУВ-4.2 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии ПКУВ-4.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Теория и практика рекламы и связей с общественностью, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью, Психология рекламы, Основы брендинга, Современная пресс-служба, Проектный менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Управление репутацией, Психология делового общения и переговорного процесса, Введение в специальность рекламы и связи с общественностью, Мастер-класс "Тренинг публичного выступления", Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью, Визуальные технологии в рекламе и PR, Современные технологии социальной рекламы
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) выполнение контрольной работы
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, контрольная работа
Форма промежуточной аттестации	Зачет

Зав. кафедрой ОПиСКИ.Б. Шуванов