

**Приложение к рабочей программе дисциплины
«Управление коммуникационными проектами»
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (магистратура)
Магистерская программа «Маркетинговые коммуникации
в государственных и бизнес-структурах»
АННОТАЦИЯ**

рабочей программы дисциплины

«Управление коммуникационными проектами»

Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3 ЗЕТ, 108 час.
Цель изучения дисциплины	Формирование у магистрантов знаний, умений и навыков по управлению проектами в сфере рекламы и связей с общественностью
Содержание дисциплины	Управление проектами: концепция и методология Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью Внешняя и внутренняя среда проекта Планирование коммуникационного проекта Составление сметы и бюджета проекта Управление коммуникациями проекта Контроль реализации проекта Управление проектными рисками Оценка эффективности проекта
Формируемые компетенции (коды)	УК-2, ПК-4, ПК-5.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-2.1. Определяет цель и задачи проекта. УК-2.2. Разрабатывает стратегические решения по реализации проекта, исходя из требований нормативных правовых актов, имеющихся ресурсов и ограничений. УК-2.3. Определяет виды работ и распределяет их между участниками проекта. УК-2.4. Формулирует ожидаемые результаты реализации проекта и проводит мониторинг их достижения на всех этапах жизненного цикла проекта. УК-2.5. Проводит презентацию бизнес-идеи и результаты реализации проекта. ПК-4.1. Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения. ПК-4.2. Осуществляет планирование ресурсов коммуникационных проектов. ПК-4.3. Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами. ПК-5.1. Определяет направления работ по реализации процедур оценки качества и эффективности проектов. ПК-5.2. Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения.

	ПК-5.3.Предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение).
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Событийный маркетинг Маркетинг в средствах массовой коммуникации Управление агентством рекламы и СО и службой рекламы и СО организации Бренд-менеджмент Научно-исследовательская работа Проектно-аналитическая практика
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации
Форма промежуточной аттестации	Экзамен