

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Гайдамашко Игорь Вячеславович
 Должность: И.о. ректора
 Дата подписания: 28.09.2022 17:37:29
 Уникальный программный ключ:
 c7b77973654876a9af4d3b280790bfd371557fdb

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

**Профиль «Реклама и связи с общественностью
 в коммерческой и некоммерческой сферах»**

АННОТАЦИЯ

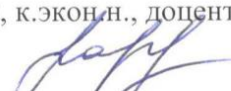
рабочей программы дисциплины

**«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств
 рекламы и связей с общественностью»**

Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений

форма обучения - заочная

Составитель аннотации – Марочкина Светлана Станиславовна, к.экон.н., доцент, доцент
 кафедры общей психологии и социальных коммуникаций



Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	6 ЗЕТ, 216 час.
Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов прочных и разносторонних знаний о назначении и функциях отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, выработка навыков практической деятельности по реализации профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью
Содержание дисциплины	Тема 1. Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью Тема 2. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью Тема 3. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью Тема 4. Структура рекламного агентства (РА). Классификация РА. Тема 5. Задачи, функции, направления деятельности структурных подразделений РА полного цикла Тема 6. Развитие бизнеса РА. Тема 7. Виды PR-агентств. Организационная структура типового PR-агентства полного цикла, функции подразделений. Тема 8. Этика и профессиональные стандарты в деятельности агентства по связям с общественностью
Формируемые компетенции (коды)	УК-3, УК-10, ПКУВ-2, ПКУВ-4.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-3.1. Демонстрирует знание индивидуально-психологических свойств субъекта социального взаимодействия; особенностей, правил и приемов социального взаимодействия в команде; особенностей поведения групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывает их в своей деятельности; психологии социально-ролевого и командного взаимодействия; основных теорий лидерства; стилей лидерства и возможностей их применения в различных ситуациях. УК-3.2. Организует собственное социальное взаимодействие в команде; определяет свою роль в команде; принимает рациональные решения и обосновывает их; планирует последовательность шагов для достижения заданного результата. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей, готов

	<p>проявлять толерантность и асертивность в межличностном взаимодействии.</p> <p>УК-3.3. Осуществляет межличностное взаимодействие, планирование собственных действий и координацию общих действий для достижения общих поставленных целей; применяет технологии создания и управления командой.</p> <p>УК-10.1. Демонстрирует знания при определении сущности коррупционного поведения и его взаимосвязи с социальными, экономическими, политическими и иными условиями.</p> <p>УК-10.2. Анализирует, интерпретирует и правильно применяет правовые нормы при противодействии коррупционному поведению.</p> <p>УК-10.3. Владеет навыками работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами.</p> <p>ПКУВ-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО.</p> <p>ПКУВ-2.2. Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности.</p> <p>ПКУВ-2.3. Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой и некоммерческой сферах.</p> <p>ПКУВ-4.1. Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>ПКУВ-4.2. Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии.</p> <p>ПКУВ-4.3. Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).</p>
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<p>Социальная психология в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Психология</p> <p>Теория и практика рекламы и связей с общественностью</p> <p>Управление репутацией</p> <p>Психология делового общения и переговорного процесса</p> <p>Введение в специальность рекламы и связи с общественностью</p> <p>Мастер-класс "Тренинг публичного выступления"</p>
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, доклады, практические задания
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Зав.кафедрой ОПиСК, к.псх.н., доцент

 И.Б. Шуванов