

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Гайдамашко Игорь Вячеславович
 Должность: И.о. ректора
 Дата подписания: 28.09.2022 17:37:27
 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

Теория и практика рекламы и связей с общественностью

Дисциплина части, формируемая участниками образовательных отношений

Заочная форма обучения

Составители аннотации – Круглова М.С., ст.преп. каф. ОПиСК

Шуванова В.П., ст. преп. каф. ОПиСК

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ/ час.)	12/432
Цель изучения дисциплины	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	Массовая информация: понятие и основные подходы к изучению. История развития массовой информации на западе и в России. Система средств массовой информации. Менеджмент СМИ. Имидж. Управление имиджем. Корпоративная репутация в системе имиджирования. Корпоративная философия как часть имиджа организации. Бренд-менеджмент. Персональный имидж. Имидж делового человека. Политический имидж. Лоббирование как направление деятельности специалиста по связям с общественностью. Социально-ответственный бизнес. СО в некоммерческом секторе. Грантовая поддержка в СО. Спонсорство в СО. СО в системе управления организацией. Внутрикорпоративный PR. Отношения с персоналом. Отношения с инвесторами. Роль PR в привлечении инвестиций. PR в интернете. Базовые документы публичных релейшнз. Организация специальных мероприятий в практике PR. Публичные выступления и спичрайтинг. Консалтинг в СО. Стратегии работы с рынком и стратегии корпоративной зрелости. Оценка эффективности PR-деятельности
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 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	УК-2.1 Демонстрирует способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает 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 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	Психология делового общения и переговорного процесса Введение в специальность рекламы и связи с общественностью
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) выполнение контрольной работы; 4) выполнение курсовой работы
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, контрольная работа №1, контрольная работа №2
Форма промежуточной аттестации	Зачет, зачет, курсовая работа, экзамен

Зав. кафедрой ОПиСК

И.Б. Шуванов