

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гайдамашко Игорь Вячеславович  
Должность: И.о. ректора  
Дата подписания: 28.09.2022 17:37:35  
Уникальный программный ключ:  
c7b77973654876a9af4d3b280790bfd371557fdb

**Приложение к рабочей программе дисциплины**  
«Проектный менеджмент и экономика в рекламе и связях с общественностью»

**42.03.01, Реклама и связи с общественностью, Бакалавриат**  
Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах,

**АННОТАЦИЯ**

рабочей программы дисциплины

Проектный менеджмент и экономика в рекламе и связях с общественностью  
части учебного плана формируемой участниками образовательных отношений  
заочная

<b>Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)</b>	6 / 216
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины является ознакомление с теориями и методами управления проектами в различных сферах жизнедеятельности человека; получение студентами теоретических основ, базовых знаний и практических навыков в сфере экономики и управления проектами в области рекламы и связей с общественностью.
<b>Содержание дисциплины</b>	Тема 1. Теоретические основы управления проектами. Тема 2. Основные фазы управления проектами. Тема 3. Организационные структуры и организация управления проектами. Тема 4. Планирование, контроль и регулирование проекта. Тема 5. Управление работами и ресурсами по проекту. Тема 6. Управление командой проекта. Тема 7. Управление рисками.
<b>Формируемые компетенции (коды)</b>	УК-3, ПКУВ-4, УК-9
<b>Коды и наименование индикатора достижения компетенции</b>	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

	<p>обосновывать их; планирует последовательность шагов для достижения заданного результата. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей, готов проявлять толерантность и ассертивность 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>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> <p>УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;</p> <p>УК-9.2 Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски;</p> <p>УК-9.3 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей</p>
<p><b>Дисциплины, участвующие в формировании компетенции</b></p>	<p>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Психология массовых коммуникаций;</p> <p>Мастер-класс "Тренинг публичного выступления";</p> <p>Социальная психология в рекламе и связях с общественностью;</p> <p>Теория и практика рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО;</p> <p>Управление репутацией;</p> <p>Введение в специальность рекламы и связи с общественностью;</p> <p>Психология;</p> <p>Психология делового общения и переговорного процесса;</p> <p>Организация специальных событий;</p> <p>Основы брендинга; Психология рекламы;</p> <p>Современная пресс-служба;</p> <p>Современные технологии социальной рекламы;</p> <p>Антикризисный PR;</p>

	Преддипломная практика; Этноконфликтология
<b>Образовательные технологии</b>	Лекционные занятия, Практические занятия, срс, Консультации
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Экзамен