

## АННОТАЦИЯ

рабочей программы по дисциплине

### **Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью и рекламы**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Квалификация - Бакалавр

Форма обучения – очная/заочная

#### **1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

##### **1.1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью и рекламы» составлена в соответствии с учебным планом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и утвержденными стандартами и положениями Университета.

Целью изучения дисциплины является освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области организации и проведения кампаний в сфере связей с общественностью и рекламы и реализация их в своей профессиональной деятельности.

##### **1.2. ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Результаты освоения дисциплины определяются способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профилем подготовки:

###### **организационно-управленческая деятельность:**

участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

###### **коммуникационная деятельность:**

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

###### **рыночно - исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:**

участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

##### **1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:**

Дисциплина «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью и рекламы» относится к Блоку 1 базовой части. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается: для очной формы обучения – в 6 семестре, вид промежуточной аттестации *зачет* и 7 семестре, вид промежуточной аттестации *экзамен*; для заочной формы обучения – в 5 семестре, вид промежуточной аттестации *экзамен*.

##### **1.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**1.4.1.** В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**общефессиональными (ОПК):**

умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

**профессиональными (ПК):**

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

**1.4.2.** В результате изучения дисциплины студент будет:

Знать:	Процессы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий (ОПК-4); Критерии, способы и методы контроля проведения коммуникационных кампаний (ОПК-5); Условия и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).
Уметь:	Использовать методы планирования и принципы организации коммуникационных кампаний и мероприятий (ОПК-4); Осуществлять контроль проведения коммуникационных кампаний (ОПК-5); Составлять план подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).
Владеть:	Методиками планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий (ОПК-4); Технологиями проведения коммуникационных кампаний (ОПК-5); Стратегиями и тактиками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

**1.5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:**

**Очная форма обучения**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4	5	6	7
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>60</b>			30	30
В том числе:					
Лекции	28			14	14
Семинары, в том числе:	32			16	16
<i>Интерактивные занятия</i>	12*			6*	6*
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>84</b>			42	42
В том числе:	10				
<i>Анализ специальной литературы</i>				10	
<i>Подготовка презентации проекта</i>	18			12	6
<i>Подготовка к текущим и рубежным контролям</i>	10			10	
<i>Подготовка к зачету/экзамену</i>	46			10	36
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>Зач/экс</b>			Зач.	Экс.
<b>Общая трудоемкость:</b>	часы			72	72
	зачётные единицы	<b>4</b>		2	2

### Заочная форма обучения

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Всего часов</i>	<i>Семестры</i>			
		4	5	6	7
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>16</b>		<b>16</b>		
В том числе:					
Лекции	<b>6</b>		6		
Семинары, в том числе:	<b>10</b>		10		
<i>Интерактивные занятия</i>	<b>6*</b>		6*		
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>128</b>		<b>128</b>		
В том числе:					
<i>Анализ специальной литературы</i>			32		
<i>Подготовка к семинарским занятиям и текущим контролям</i>			24		
<i>Подготовка контрольной работы</i>			20		
<i>Подготовка презентации проекта</i>			16		
<i>Подготовка к экзамену</i>			36		
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>экс.</b>		экс.		
<b>Общая трудоемкость:</b>	часы	<b>144</b>	<b>144</b>		
	зачётные единицы	<b>4</b>	<b>4</b>		