

## АННОТАЦИЯ

рабочей программы по дисциплине

### Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

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 работы отделов рекламы и связей с общественностью» 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 освоения дисциплины является усвоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области связей с общественностью и реализация их в своей профессиональной деятельности, ознакомление студентов с современными принципами организации работы отдела рекламы и СО в бизнес-структуре, в некоммерческой общественной организации, госструктуре. Курс призван помочь студентам изучить на конкретных примерах из современной жизни, оценить и понять, как работает отдел рекламы и СО в структуре организации, как готовится годовой план работы, планируется бюджет подразделения, изучить эффективные технологии управления персоналом отдела рекламы и СО.

##### 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»** в соответствии с организационно-управленческой, коммуникационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельностью и профилем подготовки при освоении дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» должен решать следующие профессиональные задачи:

##### **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;

Вышеуказанное конкретизируется через призму дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» в следующих задачах:

- обучение основным принципам организации работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих и некоммерческих структурах и навыкам профессиональной деятельности в них;
- использование междисциплинарных инструментов в приложении к решению поставленной преподавателем задачи.

### 1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» относится к Блоку 1 базовой части Б.1.38, модуль 3 Менеджмент. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается: для очной формы обучения – в 4 семестре, вид промежуточной аттестации *зачет* и 5 семестре, вид промежуточной аттестации *экзамен*; 6 семестр, промежуточной аттестации *зачет*, 7 семестр, вид промежуточной аттестации *экзамен*.

### 1.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

**1.4.1.** В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:  
*общефессиональными (ОПК):*

способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

*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);

владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

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

способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

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

<b>Знать:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</li> <li>- знаниями принципы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);</li> <li>- базовые тексты рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</li> <li>- механизмы управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, аспекты организации мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, методы оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);</li> <li>- принципы организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</li> </ul>
---------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).</li> <li>- способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)</li> </ul>
<b>Уметь:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</li> <li>- владеть знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);</li> <li>- использовать базовые навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыки литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</li> <li>- 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);</li> <li>- организовать и планировать свою деятельности и деятельность фирмы (ПК-2);</li> <li>- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).</li> <li>- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)</li> </ul>
<b>Владеть:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</li> <li>- знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);</li> <li>- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</li> <li>- 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);</li> <li>- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</li> <li>- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).</li> <li>- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)</li> </ul>

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

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4	5	6	6
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>56*</b>	<b>28</b>	<b>28</b>		
В том числе:					
Лекции	<b>24</b>	12	12		
Семинары (С)	<b>32</b>	16	16		
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>88</b>	<b>44</b>	<b>44</b>		
В том числе:					
Изучение теоретического материала	10	10	-		

Подготовка к семинарским занятиям	22	14	8		
Подготовка к зачету	20	20			
Подготовка к экзамену	36	-	36		
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Зачет, экзамен	зач	экз		
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>часы</b>	<b>144</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	
	<b>зачетные единицы</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	

\* интерактивные занятия 56 час.

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4	5	6	7
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>24</b>			<b>12</b>	<b>12</b>
В том числе:					
Лекции	<b>8</b>			4	4
Семинары (С)	<b>16*</b>			8	8
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>120</b>			<b>60</b>	<b>60</b>
В том числе:					
Изучение теоретического материала	10			10	5
Выполнение контрольной работы	20			10	
Подготовка к семинарским занятиям	34			20	19
Подготовка к зачету	20			20	-
Подготовка к экзамену	36			-	36
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Зачет, экзамен			зач	экз
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>часы</b>	<b>144</b>		<b>72</b>	<b>72</b>
	<b>зачетные единицы</b>	<b>4</b>		<b>2</b>	<b>2</b>

\*интерактивные занятия 10 час.