

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета истории
и международных отношений
наименование института/факультета



О.И. Амурская
И.О. Фамилия

«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Уровень основной профессиональной образовательной программы:
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в
социокультурной сфере

Форма обучения: очная

Сроки освоения ОПОП: 4 года

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является формирование компетенций как комплексов знаний, умений и владений, в совокупности необходимых для освоения бакалаврами базовых теоретических знаний и практических навыков в сфере менеджмента, которые позволят им принимать эффективные управленческие решения в их профессиональной деятельности в соответствии с выбранным направлением подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина Б1.О.06.10 «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части Блока Б 1., к Модулю общепрофессиональной подготовки Б1.О.06.

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации

Введение в коммуникационные специальности (с элементами тайм-менеджмента)

Организация и проведение коммуникационных кампаний

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

Защита ВКР

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных (ОПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	организацию, подготовку к выпуску, производство и распространение коммуникационного проекта в рекламе и связях с общественностью, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы PR.	основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение проекта и иного коммуникационного продукта, которые включают рекламу, связи с общественностью, стимулирование сбыта, и Интернет-коммуникации.	приемами продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке
		ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	организацию, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы	основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение проекта и другого коммуникационного продукта	приемами коммуникативных технологий при продвижении рекламного проекта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке
		ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий	принципы построения коммуникационного процесса и связей;	находить пути решения различных коммуникационных	навыками формирования корпоративной культуры, имиджевых стратегий с

		по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	применения технологий взаимопознания, конструктивных взаимоотношений и взаимодействий, повышения имиджа организации	задач, возникающих в моменты взаимодействий внутри коллектива и в отношениях с партнерами в процессе формирования рекламных и PR-кампаний.	учетом особенностей предпринимательской среды в процессе формирования рекламных и PR-коммуникаций
--	--	---	---	--	---

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		№ 8	№	№	№
		часов	Часов	часов	часов
1	2	3	4	5	6
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	36	36			
В том числе:					
Лекции (Л)	18	18			
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	18	18			
Лабораторные работы (ЛР)					
2. Самостоятельная работа студента (всего)	36	36			
В том числе	-	-	-	-	-
<i>СРС в семестре:</i>					
Курсовая работа	КП				
	КР				
Другие виды СРС:	-	-	-	-	-
Подготовка к семинарским занятиям	8	8			
Написание эссе	5	5			
Подготовка к коллоквиуму	8	8			
Подготовка к написанию контрольной работы	4	4			
Подготовка и написание реферата	5	5			
Подготовка и проведение круглого стола	6	6			
<i>СРС в период сессии</i>					
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),				
	экзамен (Э)	(Э)			
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	108	108		
	зач. ед.	3	3		

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов дисциплины

семестра	раздела №	№	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
8	1		Раздел I. Теоретико-методологические основы менеджмента.	Современный менеджмент: понятия, сущность, специфика. Эволюция концепций менеджмента. Сущность, содержание, основные принципы и функции; инфраструктура, социофакторы и этика менеджмента; интеграционные процессы в менеджменте; моделирование ситуаций и процесс принятия решений; природа и состав функций менеджмента; стратегические и тактические планы; организационные отношения в системе менеджмента; формы организации; мотивация деятельности; регулирование и контроль в системе управления; динамика групп и лидерство; руководство: власть и партнерство; стиль менеджмента; конфликтность; факторы эффективности. Образование и деятельность фирм. Процесс принятия управленческого решения. Информационное обеспечение менеджмента. Менеджмент и предпринимательство, отношения собственности и управления производством. Менеджмент как управление производством и как управление людьми. Менеджмент как рациональный феномен и как искусство. Объект и предмет изучения науки менеджмента.
8	2		Раздел II. Технологии менеджмента в организации.	Формирование миссии организации и стратегических целей. Организационные структуры: виды, технологии формирования. Управленческие решения: понятие, виды, методы разработки и реализации. Сущность, содержание, основные принципы и функции; инфраструктура, социофакторы и этика менеджмента; интеграционные процессы в менеджменте; моделирование ситуаций и процесс принятия решений; природа и состав функций менеджмента; стратегические и тактические планы; организационные отношения в системе менеджмента; формы организации; мотивация деятельности; регулирование и контроль в системе управления; динамика групп и лидерство; руководство: власть и партнерство; стиль менеджмента; конфликтность; факторы эффективности. Образование и деятельность фирм. Процесс принятия управленческого решения. Информационное обеспечение менеджмента. Менеджмент и предпринимательство, отношения собственности и управления производством. Менеджмент как управление производством и как управление людьми. Менеджмент как рациональный феномен и как искусство. Объект и предмет изучения науки менеджмента.
8	3		Раздел III. Менеджмент персонала.	Система управления персоналом в современной организации. Руководство и лидерство: виды, стили, модели. Организационная культура: понятие, методы формирования и корректировки. Способность мыслить стратегически. Умение организовывать работу команды. Лидерские качества. Способность мотивировать других людей на работу. Системное мышление. Руководитель отдела рекламы и PR. Высшее образование. Знание медиарынка. Знание законодательства в сфере рекламы. Знание основ бренд-менеджмента. Навыки написания статей, пресс-релизов. Умение эффективно взаимодействовать с людьми. Опыт проведения рекламных и PR-кампаний. Руководитель отдела маркетинга. Умение организовывать работу команды. Трудовой коллектив как категория социальной психологии: структура и динамика взаимоотношений. Типы и виды взаимодействий в организации: межличностные, индивидуально-групповые, межгрупповые. Социально-психологические аспекты "горизонтальных" и "вертикальных" взаимоотношений в

			менеджменте. Малая группа - сфера выявления возможностей личности и ближайшая социальная микросреда человека. Факторы, определяющие социально-психологический климат коллектива: индивидуальная психология, стиль руководства, психологическая совместимость, удовлетворенность трудом в организации. Применение социометрического метода в деятельности менеджера.
--	--	--	---

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 36 часов.

Видами СРС являются:

- подготовка к семинарским занятиям;
- написание эссе;
- подготовка к коллоквиуму;
- подготовка к написанию контрольной работы;
- подготовка и написание реферата;
- подготовка и проведение круглого стола

Формами текущего контроля успеваемости являются:

- опрос обучающихся на занятиях семинарского типа;
- проверка эссе;
- опрос по вопросам коллоквиума к разделам дисциплины;
- проверка контрольной работы;
- проверка реферата;
- проведение круглого стола.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

(см. Фонд оценочных средств)

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература:

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Донец, Н.Ю. Теория менеджмента: Модуль №1 : Рабочая тетрадь дисциплины / Н.Ю. Донец ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, Министерство сельского хозяйства РФ, Кафедра менеджмента в АПК. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2014. - 57 с. : табл., схем. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364308 (дата обращения: 28.05.2020).
2.	Павлова, О.Ю. Финансовый менеджмент : Методические указания к самостоятельной работе студентов по дисциплине [Электронный ресурс]. Министерство сельского хозяйства РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования, Кафедра менеджмента в АПК. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2014. - 20 с. URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364359 (дата обращения: 28.05.2020).
3.	Пальбин, А.В. Совершенствование риск-менеджмента предпринимательских структур как фактор повышения эффективности их деятельности : диссертация [Электронный ресурс]. Российская академия предпринимательства, Кафедра экономической теории, мировой экономики, менеджмента и предпринимательства. - Москва : , 2017. - 64 с. URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463363 (дата обращения: 28.05.2020).

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Беликова, И.П. Инновационный менеджмент : краткий курс лекций [Электронный ресурс]. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра менеджмента. - Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2014. - 76 с. - URL:Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277471 (дата обращения:28.05.2020).
2.	Донец, Н.Ю. Теория менеджмента: Модуль №1 : Рабочая тетрадь дисциплины [Электронный ресурс]. Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, Министерство сельского хозяйства РФ, Кафедра менеджмента в АПК. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2014. - 57 с. : - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364308 (дата обращения:28.05.2020).
3.	Менеджмент : учебник [Электронный ресурс]. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 343 с.URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115008 (дата обращения:15.05.2020)
4.	Менеджмент: краткий курс [Электронный ресурс]. - Москва : Издательство «Рипол-Классик», 2015. - 129 с. - (Скорая помощь студенту. Краткий курс). URL:Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480896 (дата обращения:28.05.2020).
5.	Менеджмент : практикум [Электронный ресурс]. Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет» ; авт.-сост. Л.И. Горбенко, О.А. Борис. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 132 с. - URL:Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459095 (дата обращения:28.05.2020)

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. BOOK.ru [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 10.01.2020).
2. East View [Электронный ресурс] : [база данных]. – Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 10.01.2020).
3. Moodle [Электронный ресурс] : среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. – Рязань, [Б.г.]. – Доступ после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 10.01.2020).
4. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 10.01.2020).
5. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 10.01.2020).
6. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red (дата обращения: 10.01.2020).

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины:

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).
2. Киберленинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).
3. Просветительский проект «Лекториум» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lektorium.tv/>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).
4. Лаборатория социальной рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soclaboratory.ru/>(дата обращения: 2.01.2020).

5. Познавательный проект Фактрум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.factrum.ru>(дата обращения: 2.01.2020).
6. Образовательная платформа Coursera [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.coursera.org>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).
7. Топ-69 интересных сайтов для саморазвития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pikacho.ru/sajty-dlya-samogazvitiya/>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).

5.5. Периодические издания:

1. Архив номеров журнала «Наука и жизнь». Режим доступа: <https://www.nkj.ru/archive/>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).
2. ВВФ [Электронный журнал]. – Режим доступа: <https://bbf.ru/magazine/>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).
3. Медиаскоп [Электронный журнал]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/12> свободный (дата обращения: 15.01.2020).
4. Наружка [Электронный журнал]. Режим доступа: <https://наружка.рф/> свободный (дата обращения: 15.01.2020).
5. Новости рекламы [Электронный журнал]. Режим доступа: rgopel.ru cdj,jlysq (дата обращения: 15.01.2020).
6. Реклама. Теория и практика [научный журнал] / учредитель: ООО «Издательский дом «Гребенников». 2016-2019 (из фонда библиотеки).
7. PR в России. Москва [Электронный журнал] : журнал профессиональный. – 1999 // ООО «ИВИС». – Доступ к полным текстам только в локальной сети университета. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/20966> (дата обращения 15.01.2020).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: лекционные аудитории, оснащенные видеопроекторным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, Excel, PowerPoint и др.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствуют.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Эссе	Написание сочинения небольшого объема и свободной композиции, подразумевающее впечатления и соображения автора по конкретному поводу или предмету.
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с

	выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия (семинар)	Подготовка к каждому практическому занятию должна начинаться с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту можно самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме семинара и по возможности подготовить по нему презентацию. Если предусмотрено выполнение
	практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). При подготовке к семинарским занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме и др.
Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.
Экзамен	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.
Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу

8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА:

Набор ПО в компьютерных классах	
Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows Pro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImage Viewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО

Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО
При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются: вебинарная платформа Zoom	договор б/н от 10.10.2020г.
набор веб-сервисов MS office365	бесплатное ПО для учебных заведений https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office
система электронного обучения Moodle	свободно распространяемое ПО
Набор ПО для кафедральных ноутбуков	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО

9.Иные сведения

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

Утверждаю:

Декан факультета истории и

международных отношений

(наименование института / факультета)



(подпись)

О.И. Амурская

(И.О. Фамилия)

«31» августа 2020 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

«Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки Реклама и связи с общественностью в
социокультурной сфере

Квалификация бакалавр

Форма обучения очная

Рязань 2020

Цель освоения дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является формирование компетенций как комплексов знаний, умений и владений, в совокупности необходимых для освоения бакалаврами базовых теоретических знаний и практических навыков в сфере менеджмента, которые позволят им принимать эффективные управленческие решения в их профессиональной деятельности в соответствии с выбранным направлением подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, подготовка бакалавров по рекламе и связям с общественностью, компетентных, конкурентноспособных, эффективно использующих и непрерывно совершенствующих, полученные навыки и знания, с учетом потребностей и перспектив развития бизнеса, организации и проведения рекламных и PR-кампаний и контроль их эффективности.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Б1.О.06.10. Менеджмент в рекламе и связях с общественностью.

Дисциплина изучается на 4 курсе (8 семестр).

2. Трудоемкость дисциплины: 3 зачетных единиц, 108 академических часа.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:

ПК-1.1. Знать: организацию, подготовку к выпуску, производство и распространение коммуникационного проекта в рекламе и связях с общественностью, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы PR. **Уметь:** основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение проекта и иного коммуникационного продукта, которые включают рекламу, связи с общественностью, стимулирование сбыта, и Интернет-коммуникации. **Владеть навыками:** приемами продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке.

ПК-1.2. Знать: организацию, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы. **Уметь:** основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение проекта и другого коммуникационного продукта. **Владеть навыками:** приемами коммуникативных технологий при продвижении рекламного проекта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке.

ПК-1.3. Знать: принципы построения коммуникационного процесса и связей; применения технологий взаимопознания, конструктивных взаимоотношений и взаимодействий, повышения имиджа организации. **Уметь:** находить пути решения различных коммуникационных задач, возникающих в моменты взаимодействий внутри коллектива и в отношениях с партнерами в процессе

формирования рекламных и PR-кампаний. *Владеть навыками:* навыками формирования корпоративной культуры, имиджевых стратегий с учетом особенностей предпринимательской среды в процессе формирования рекламных и PR-коммуникаций

4. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения

Зачет (8 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.