

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Планирование и организация рекламных и ПР-кампаний» для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.**

**Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с общественностью в государственных и коммерческих структурах**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цель изучения дисциплины:**

Выведение на практический уровень теоретических знаний и представлений о планировании, проведении рекламных и ПР-кампаний.

**Задачи изучения дисциплины:**

1. формирование практических умений и навыков, необходимых для проведения рекламных и пиар – кампаний по клиентоориентированной стратегии компании;
2. освоение принципов и методов публичных рилейшнз в различных социокультурных ситуациях, ориентированных на различные слои группы населения.
3. рассмотреть, как разрабатывается концепция рекламной кампании в целом, а также изучить особенности в ее планировании; изучить основные средства, которые используются при организации и планировании рекламной кампании, а также их носители; рассмотреть специфику организации и планирования рекламной кампании на рынке

**2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения**

**2.1 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения**

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИД-1ПК-1 Выполняет функционал руководителя линейного/ функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ИД-2ПК-1 ПС 06.013 12 СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/ группам общественности Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ИД-3ПК-1 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью ИД-4ПК-1 На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения / предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы

<p>ПК-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ИД-1ПК-2 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного о проекта и применяет их на практике. ИД-2ПК-2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>
<p>ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ИД-1ПК-3 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2ПК-3 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач ИД-3ПК-3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны ИД-4ПК-3 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии</p>

### 3. Содержание дисциплины

Рекламная кампания: особенности организации и проведения.. PR- кампания: определение, сущностные характеристики, типы. Структура PR- кампании. Стратегическое планирование PR- кампании. Медиапланирование как важнейший аспект стратегического планирования PR- кампании.Формирование бюджета PR- кампании. Формирование бюджета PR-кампании.