

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Спецсеминар (технологии в рекламе и связях с общественностью)»
для направления подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность (профиль) образовательной программы –
Реклама и связи с общественностью**

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины: получение целостного представления о технологиях в рекламе и связях с общественностью.

Задачи дисциплины:

- знакомство с современными рекламными и пиар – технологиями, определение главных задач и функций управления технологическим процессом и сферы его применения;
- умение определять стратегические цели и уметь создавать рекламный и пиар – проект;
- умение разрабатывать стратегические концепции планов рекламных и пиар-проектов;
- изучение механизмов политической коммуникации в современном российском обществе;
- изучение роли рекламы и пиар – технологий в развитии компаний, учреждений, организаций, политических партий в социальной и информационной сферах.

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

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Организация процесса создания коммуникационного продукта	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных	ИД-1 _{ПК-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 ИД-2 _{ПК-1}

	<p>кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИД-3_{ПК-1} Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуре</p>
<p>Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы/связей с общественностью и /или иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>	<p>ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового отечественного опыта</p>	<p>ИД-1_{ПК-2} Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2_{ПК-2} Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД-3_{ПК-2} Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний ИД-4_{ПК-2} Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам</p>

		общественности в оффлайн и онлайн среде
--	--	--

3.Содержание дисциплины (модуля)

Тема: Пиар – технологии создания корпоративного имиджа

Тема: Пиар – технологии создания корпоративного имиджа

Тема: Политические пиар – технологии

Тема: ПР и реклама в системе маркетинговых коммуникациях Рекламные обращения; Рекламные материалы ПР; Рекламные акции SP; Реклама обратного действия DM

Тема: Бизнес-пиар – технологии

Тема: Социальные пиар – технологии

Тема: Информационные пиар – технологии

Тема: Пиар-технологии в коммерческих организациях

Тема: Пиар-технологии продвижения НКО

Тема: Технологии по использованию прессы при продвижении компании

Тема: Технологии использования прессы при продвижении НКО