

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Организация работы отделов рекламы и ПР» 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

Цель изучения дисциплины:

Подготовка бакалавра, владеющего основополагающими знаниями в области профессиональных задач, предъявляемых рынком к современным отделам по связям с общественностью, рекламным отделам и их сотрудникам.

Задачи изучения дисциплины:

- * изучение работы рекламного подразделения организации и независимых рекламных агентств;
- * получение знаний в области теории управления персоналом отделов рекламы,
- * изучение закономерностей развития и специфики работы рекламных агентств;
- * изучение работы отдела по связям с общественностью и независимых пиар-отделов;
- * получение знаний в области теории управления персоналом;
- * изучение закономерностей развития и специфики работы отделов по связям с общественностью в различных организациях.

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 |
|---|--|
| <p>ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> | <p>ИД-1ПК-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</p> <p>ИД-2ПК-1 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ИД-3ПК-1 Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной</p> |

| | |
|--|--|
| | идентичности и корпоративной культуре |
| ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ИД-1ПК-2 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2ПК-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-3ПК-2 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний ИД-4ПК-2 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде |

3. Содержание дисциплины

Рынок рекламы и его участники. Подготовка и планирование рекламной кампании. Профессиограмма сотрудника РА И РО, отношения в трудовом коллективе. Современные тенденции в организации РА и РО. Сущность деятельности отдела по связям с общественностью. Исследовательский сегмент работы отдела по связям с общественностью. Творческий сегмент работы отдела по связям с общественностью. Аналитический сегмент работы отдела по связям с общественностью. Комментирование и интерпретация корпоративной политики. Лоббирующая деятельность отделов ПР.