

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

Цель изучения дисциплины:

Получение целостного представления о технологиях в рекламе и связях с общественностью.

Задачи изучения 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

2.1 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	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 ИД-2ПК-1 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации

	<p>коммуникационной стратегии ИД-3ПК-1 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуре</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-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</p>
<p>ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ИД-1ПК-3 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и/или реализации коммуникационного продукта ИД-2ПК-3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИД-3ПК-3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>

3. Содержание дисциплины

Пиар – технологии создания корпоративного имиджа. Политические пиар – технологии . PR и реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Бизнес пиар – технологии

. Социальные пиар – технологии

. Информационные пиар – технологии

. Пиар- технологии в коммерческих организациях. Пиар- технологии продвижения НКО. Технологии по использованию прессы при продвижении компании. Технологии использования прессы при продвижении НКО.