

# «ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

## Б1.Б.17

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификации бакалавр, входит в базовую часть дисциплин блока 1.

### 1. Цели и задачи дисциплины

**Целью** освоения дисциплины является формирование фундаментальной компетентности студентов в области организации работы отделов рекламы и PR и практической готовности к осуществлению профессиональных функций в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Задачи** изучения дисциплины:

- Раскрыть содержание теоретических основ организации деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- Сформировать базовую систему знаний о работе руководителя отдела рекламы и связей с общественностью;
- Сформировать практические навыки исследований, планирования, бюджетирования, подготовки и контроля эффективности мероприятий;
- Формировать личностную психологическую направленность, ценностные гуманистические ориентации, интерес к самостоятельному исследованию актуальных проблем.

### 2. Место дисциплины в структуре магистерской программы

Содержание дисциплины соответствует требованиям ФГОС и предназначено для знакомства будущих специалистов в области коммуникационной деятельности с основами организации работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Данная дисциплина логически связана со знаниями, полученными обучающимися при изучении базовых дисциплин таких как: «Коммуникационный менеджмент», «Психология», «Основы рекламы», «Основы теории коммуникации», «Основы права», «Стратегии и технологии коммуникаций». Знания и умения, получаемые обучающимися при изучении дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» имеют практическую значимость в профессиональной компетенции специалистов в рекламе и связей с общественностью. Поэтому, установлена тесная связь данного курса с вариативной частью освоенных дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» квалификации бакалавр таких как: «Ивент-коммуникации», «Регулирование в рекламе и связях с общественностью», «GR - взаимодействие бизнеса и власти», «Ре-

клама и связи с общественностью в международной компании», «Репутационный менеджмент компаний», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью» читается раньше, «Разработка рекламных проектов», «Технологии создания рекламного продукта», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью».

Курс «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» актуален и имеет практическую значимость в процессе изучения дисциплин «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью», «Разработка рекламных проектов», «Технологии создания рекламного продукта» в части отработки навыков профессионального консультирования по вопросам коммуникационной деятельности компании, усвоения принципов выстраивания отношений с клиентом или компанией.

Учебный процесс по курсу осуществляется в виде лекций, практических занятий; активных и интерактивных форм обучения (учебных деловых игр, «круглых столов», презентаций, дискуссий и др.), групповых и индивидуальных консультаций, а также различных видов самостоятельной работы. Формой контроля уровня освоения дисциплины являются выступления на занятиях, контрольные опросы (экспресс-тестирование), подготовка и публичная защита рефератов и письменных работ.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программы по данному направлению подготовки:

**ОПК-1** - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

**ОПК- 2** - владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

**ПК-1** - способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

**ПК- 3** - владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;

**ПК-4** - владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** принципы профессионального взаимодействия в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; принципы и технологии планирования и реализации коммуникационных кампаний и мероприятия;

**Уметь:** осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; планировать и осуществлять под контролем коммуникационные мероприятия;

**Владеть:** базовыми навыками медиапланирования; навыками взаимодействия с рекламными и PR агентствами; навыками взаимодействия со СМИ; навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.