**Аннотация рабочей программы дисциплины**

**ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ**

**С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление подготовки: 42.03.01 – **Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) - **Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника – **бакалав**р

***Цель освоения дисциплины:***

формирование у студентов комплекса знаний, умений, навыков и компетенций по организации работы отделов рекламы и связей с общественностью коммерческих и некоммерческих организаций, а также интеграции отделов рекламы и связей с общественностью в структуру организации.

***Основные задачи дисциплины***:

* сформировать у студентов представление о функциях, задачах, принципах работы отделов рекламы и связей с общественностью;
* познакомить со статусом и структурой отделов рекламы и связей с общественностью;
* выработать у студентов практические навыки, связанные с процессом организации отделов рекламы и связей с общественностью и управления взаимодействием с другими структурными элементами организации.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОПК-7; ПК-4; ПК-7

**Общепрофессиональная компетенция**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Категория общепроффессиональных компетенций** | **Код и наименование общепрофессиональной компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции** |
| Эффекты | **ОПК-7**. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | **ИД-1ОПК-7.** Знает принципы  социальной ответственности,  типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности  **ИД-2ОПК-7.** Осуществляет отбор  информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом |

**Профессиональнве компетенции**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Задача ПД** | **Объект или область знания** | **Код и наименование профессиональной компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции** |
| **Тип задач профессиональной деятельности: организационный** | | | |
| Участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;  организация работ по созданию и редактированию контента сайта. | Корпоративные и глобальные коммуникации, имидж компании, бренд компании (товарная марка, личный бренд), продукт рекламы, средства рекламы, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания, информационные ресурсы в сети Интернет. | **ПК-4** Способен организовать профессиональные мероприятия, направленные на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыт продукции | **ИД-1ПК-4.** Применяет знания организациипрофессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции.  **ИД-2ПК-4.** Участвует в мероприятиях направленных на сбыт продукции и формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.)  **ИД-3ПК-4.** Осуществляет контроль и оценивает эффективность мероприятий направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыт продукции |
| Подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);  документирование работ по управлению информационными ресурсами сайта;  фиксирование результатов выполнения заданий, проектной информации | Корпоративные и глобальные коммуникации, имидж компании, бренд компании (товарная марка, личный бренд), продукт рекламы, средства рекламы, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания, информационные ресурсы в сети Интернет. | **ПК-7.** Способен осуществлять контроль и оценку коммуникационной деятельности компании | **ИД-1ПК-7.** Применяет знания по регулированию коммуникационной деятельность компании в рамках корпоративных стандартов, регламентов и иных нормативных актов.  **ИД-2ПК-7.** Разрабатывает критерии оценки эффективности  коммуникационной деятельности компании.  **ИД-3ПК-7.** Составляет аналитические отчеты, проводит презентацию результатов коммуникационной деятельности компании. |

**Содержание дисциплины:**

**Раздел 1. Особенности организации отделов рекламы и связей с общественностью**

Тема 1.1.Структура и принципы организации отделов рекламы и связей с общественностью (PR) в государственных органах и на предприятиях.

Тема 1.2. Планирование работы рекламного и PR-отделов.

Тема 1.3. Этика и культура рекламной и PR- деятельности

Тема 1.4 Аналитическая деятельность рекламного и PR-отделов

**Раздел 2. Роль отделов рекламы и PR в управлении деятельностью компании**

Тема 2.1.Внутрикорпоративные коммуникации и отношения с персоналом.

Тема 2.2. Формирование внешнего коммуникационного пространства организации.

Тема 2.3.Роль PR- отдела в реализации общекорпоративной стратегии.