

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 15:36:03
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab824e

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Рекламные технологии в медиаиндустрии
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года, 5 лет
Форма(-ы) обучения	Очная, заочная

Учебная дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» изучается на очной форме на пятом семестре третьего курса.

Учебная дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» изучается на заочной форме на шестом семестре третьего курса.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации
экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является выработка у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Способен применять современные инструменты, методы, технологии при разработке стратегии продвижения проекта в медиаиндустрии	ИД-ПК-1.3 Разработка стратегии продвижения коммуникационного продукта с учетом специфики медиаплатформ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-2 Способен разрабатывать коммуникационные кампании и проекты государственного и негосударственного секторов	ИД-ПК-2.1 Выполнение управленческих функций 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-ПК-2.2 Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии государственного и негосударственного секторов

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
по заочной форме обучения –	4	з.е.	128	час.