

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20.09.2023 12:29:28  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7c5e5b7b7

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года/4года 11 месяцев
Форма(-ы) обучения	Очная/заочная

1. Учебная дисциплина «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» изучается в седьмом семестре.  
Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрены

Форма промежуточной аттестации  
Седьмой семестр – экзамен

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине.

Целями освоения дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» являются:

получение обучающимися теоретических знаний о преобразовательной составляющей социологического знания с последующим применением их в профессиональной сфере и формирование практических навыков в применении методов диагностики состояния социальной реальности, прогнозирования её будущего состояния и методов модернизации, дающих научное обоснование построению социального проекта нового состояния социальной системы, правильного выбора социальных технологий для осуществления проекта;

формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

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

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>УК-2</p> <p>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИД-УК-2.4</p> <p>Представление результатов проекта, предложение возможности их использования и/или совершенствования в соответствии с запланированными результатами</p>	<p>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. Осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p>
<p>ПК-1</p> <p>Способен планировать и проводить маркетинговые исследования, интерпретировать их результаты, разрабатывать практически значимые рекомендации, использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта</p>	<p>ИД-ПК-1.1</p> <p>Организация и проведение маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>	<p>Способен использовать теоретические знания и результаты социологических исследований для выявления социально значимых проблем</p>
<p>ПК-3</p> <p>Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере</p>	<p>ИД-ПК-3.1</p> <p>Обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии для разработки концепции продвижения продукта/услуги</p> <p>ИД-ПК-3.2</p> <p>Подготовка необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ИД-ПК-3.3</p> <p>Разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию</p>	<p>Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере</p>

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения	4	<b>з.е.</b>	144	<b>час.</b>
по заочной форме обучения	4	<b>з.е.</b>	144	<b>час.</b>