|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Организация и проведение PR- кампаний** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | [42.03.01](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70480868/420301) | Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью  в коммерческой сфере | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года | |
| Форма(-ы) обучения | очная/заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Организация и проведение PR- кампаний» изучается в пятом семестре.
      2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина относится к обязательной части.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Целью освоения дисциплины «Организация и проведение PR- кампаний» является изучение технологии организации PR кампаний, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для организации и оценки эффективности PR кампаний.
      2. 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** |
| --- | --- |
| ОПК-1  Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ИД-ОПК-1.1  Выявление отличительных особенностей медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ |
| ИД-ОПК-1.2  Анализ востребованных обществом знаковых систем, жанров и форматов для обоснования наиболее приемлемых отдельным целевым группам общественности |
| ИД-ОПК-1.3  Подготовка рекламных и PR-текстов, и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |
| ПК-4  Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ИД-ПК-4.1  Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии |
| ИД-ПК-4.2  Использование типовых алгоритмов разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью |
| ИД-ПК-4.3  Организация внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – | 4 | **з.е.** | 144 | **час.** |
| по заочной форме обучения – | 4 | **з.е.** | 144 | **час.** |