

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 16:33:25
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9a0824e7

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)	Стратегические коммуникации и бренд-аналитика
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Учебная дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» изучается на очной форме на третьем курсе, пятый семестр.

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 участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий государственных и негосударственных структур	ИД-ПК-1.3 Внедрение принципов обучения служением для организации коммуникационных мероприятий по заказу социально-ориентированных организаций

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД-ПК-2.1 Применение творческих решений для создания рекламных и PR-текстов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
	ИД-ПК-2.2. Создание информационных поводов для проектов и разработка сценариев специальных событий и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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