

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 30.05.2024 11:50:22  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e77e9c1a81477

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью

|   |                             |                                   |
|---|-----------------------------|-----------------------------------|
| Уровень образования   | магистратура                |                                   |
| Направление подготовки  | 42.04.01                    | Реклама и связи с общественностью |
| Профиль   | Коммуникационный менеджмент |                                   |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 2 года                      |                                   |
| Формы обучения  | очно-заочная                |                                   |

Учебная дисциплина «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью» изучается в первом Модуле первый семестр.

#### 1.1. Форма промежуточной аттестации

**экзамен**

#### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью» относится к обязательной части программы.

#### 1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью» является изучение студентами планирования и организации публичных кампаний в сфере массовых коммуникаций; формирование знаний, касающихся значимости стратегического планирования при разработке комплексных коммуникативных кампаний, критериев оценки их эффективности; а также роли рекламы и связей с общественностью в эффективном позиционировании и продвижении субъектов рыночной деятельности; исследование механизмов формирования общественного мнения в процессе реализации кампании; овладение студентами практическими навыками проведения кампании в области рекламы и связи с общественностью.

## 1.4. Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| Код и наименование компетенции   | Код и наименование индикатора достижения компетенции  | Планируемые результаты обучения по дисциплине  |
|--|---|--|
| <p><b>ОПК-1</b> Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p> | <p><b>ИД-ОПК-1.1</b> Планирование, организация и координация процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Отслеживание и учет изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>                      | <p>-планирует, организывает и координирует процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>-отслеживает и учитывает изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;</p>                   |
|  | <p><b>ИД-ОПК-1.2</b> Создание востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Отслеживание изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при планировании и реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью</p> | <p>- создаёт востребованные обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационные продукты.</p> <p>- отслеживает изменения норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при планировании и реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью;</p> |
| <p><b>ОПК-5</b> Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>                                 | <p><b>ИД-ОПК-5.3</b> Анализ принимаемых управленческих решений с правовых и нравственных позиций; осуществлять самоанализ своей профессиональной деятельности, добиваться поставленных целей</p>  | <p>- анализирует принимаемые управленческие решения с правовых и нравственных позиций; осуществляет самоанализ своей профессиональной деятельности, добивается поставленных целей;</p> <p>-составляет стратегические планы рекламно-коммуникационных мероприятий;</p>  |
| <p><b>ПК-3</b> Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки,</p>   | <p><b>ИД-ПК-3.1</b> Составление стратегических планов рекламно-коммуникационных мероприятий</p>   | <p>- составляет стратегические планы рекламно-коммуникационных мероприятий;</p> <p>- реализует стратегические</p>  |

| Код и наименование компетенции  | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                    | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|---|---|---|
| творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечение их качества и эффективности | <b>ИД-ПК-3.2</b> Реализация стратегических планов рекламно-коммуникационных мероприятий | планы рекламно-коммуникационных мероприятий.  |

1.5. Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану составляет:

|                             |   |      |     |      |
|-----------------------------|---|------|-----|------|
| Очно-заочная форма обучения | 5 | з.е. | 160 | час. |
|-----------------------------|---|------|-----|------|