АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.12.01
«Подготовка и проведение рекламной и ПР-кампании»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 8,2 ч. контактных часов: лабораторных 8 часов, ИКР 0,2 ч.; 60 часов – СР, 3,8 ч. зачет, 0,2 ч. ИКР)

Цель дисциплины: ознакомление студентов с основными методами, технологиями и инструментами планирования и организации рекламных кампаний; развитие умения практически использовать полученные знания в ходе последующего обучения.

Задачи дисциплины:

Основные задачи курса определяются современным пониманием стратегий планирования и проведения рекламных и кампаний:

1) умение прогнозировать, оценивать специфику стратегического управления организацией в области маркетинга, рекламы.
2) развитие навыков творческого мышления в области социального проектирования;
3) умение прогнозировать развитие социальных и коммуникативных процессов;
4) решения конкретных задач с помощью современных технологий стратегических рекламы.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.12.01 «Подготовка и проведение рекламной и ПР-кампании» относится к вариативной части Блока «Дисциплины по выбору" учебного плана.

Данный курс связан с такими дисциплинами, как «Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций», «Основы имиджелогии» и «Имиджмейкинг».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ПК-7**	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Специфику планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	Планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия.	Навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
2.	**ПК-13**	Способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Специфику осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий	Осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия	Навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий
3.	**ПК-14**	Способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы	Специфику реализации знаний в сфере рекламы и	Реализовывать знания в области рекламы как сферы	Навыками реализации знаний в сфере рекламы и

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		профессиональной деятельности	связей с общественностью	профессиональной деятельности	связей с общественностью

Основные разделы дисциплины:
Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие и основные форматы проектной деятельности в рекламе	8			1	7
2.	Проектирование рекламных кампаний	9			1	8
3.	Анализ ситуации и постановка целей кампании	8			1	7
4.	Изучение целевой аудитории	8			1	7
5.	Стратегия и тактика планирования рекламной кампании	9			1	8
6.	Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании	9			1	8
7.	Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний	9			1	8
8.	Оценка эффективности проекта рекламной кампании. *Итоговое занятие*	8			1	7
	Итого по дисциплине:				8	60

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М. : Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.

Авторы РПД А.А. Бельтюков, доц., канд. филол. наук.