

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.17.02 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является дать студентам общее взаимосвязанное представление об эффективном процессе построения отделов по рекламе и СО, профессиональной деятельности в данных отделах по связям с общественностью организаций государственной, коммерческой и социокультурной сфер жизнедеятельности общества. Более того, слушателям будет необходимо овладеть навыками как планирования, так и управления коммуникационными процессами.

Задачи дисциплины

Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: проанализировать основные подходы к формированию, организации работы, планированию деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора; изучить специфику формирования, организации работы, стратегического планирования деятельности отделов по связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора; сформировать представление о месте отделов по рекламе и СО в структуре организации, статусе, роли, способах взаимодействия отделов по связям с общественностью с основными структурными подразделениям.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории.	Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории.	Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории.
ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории.	Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории.
ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта	
ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.	Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.
ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.	Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.
ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.	Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
	Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	10	4	4		2
2.	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	10	4	4		2
3.	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	10	4	4		2
4.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью	10	4	4		2
5.	Внутрифирменный PR	6	2	4		
6.	Исследования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	10	2	4		2
7.	Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе	6	4	2		
8.	Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью	8	4	2		2
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	68	28	28		12
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
4.	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	12	2			10
5.	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	14	2			12
6.	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	12		2		10
4.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью	12		2		10
5.	Внутрифирменный PR	12		2		10
6.	Исследования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	13	2			11
7.	Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе	12		2		10
8.	Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью	12	2			10
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		99	8	8		83
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		8,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор А.А. Бельтюков, доцент, канд. филол. наук