

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.16.02 РАЗРАБОТКА, ПЛАНИРОВАНИЕ И ПОДГОТОВКА К ВЫПУСКУ
РЕКЛАМНОГО И ПР-ПРОДУКТА»
(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 7 зачетных единицы (252 часов),
для ЗФО 7 зачетных единицы (252 часов)

Цель освоения дисциплины – основной целью дисциплины является овладение теоретическими и практическими навыками разработки, планирования и подготовки к выпуску рекламного и ПР-продукта.

Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта»:

- овладение практическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса;
- понимание процессов, связанных с проектированием, выпуском рекламных ПР-продуктов;
- знакомство со спецификой разработки, планирования и выпуска рекламного и ПР-продукта;
- овладение практическими навыками разработки, планирования и выпуска рекламного и ПР-продукта.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта» 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: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций», «Мультимедийные технологии в профессиональной сфере».

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>)
ПК-1. Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ	
ИПК 1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований.	Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. Умеет разрабатывать основы маркетинга и маркетинговых исследований. Владеет навыками маркетинговых исследований.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
ИПК 1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.	Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. Знает маркетинговую стратегию организации. Владеет способностью разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.
ИПК 1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.	Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. Знает технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.
ПК-2. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	
ИПК 2.1. Знает особенности продвижения продукции СМИ.	Знает особенности продвижения продукции СМИ. Умеет осуществлять продвижение продукции СМИ. Владеет навыками продвижения продукции СМИ.
ИПК 2.2. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Знает основы продвижения продукции СМИ. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.
ИПК 2.3. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Знает основы контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.
ПК-3. Способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере	
ИПК 3.1. Знает специфику создания и редактирования контента сайта.	Знает специфику создания и редактирования контента сайта. Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
	Владеет способностью создавать и редактировать контент сайта.
ИПК 3.2. Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.	Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. Знает работу по созданию и редактированию контента сайта. Владеет навыками работы по созданию и редактированию контента сайта.
ИПК 3.3. Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта.	Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта. Знает работу по созданию и редактированию контента сайта. Умеет осуществлять создание, редактирование, управление и контроль контента сайта.

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

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Особенности создания рекламной и ПР-продукции	17	2	2	2	11
2.	Типология рекламной и ПР-продукции	17	2	2	2	11
3.	Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора	17	2	2	2	11
4.	Контент рекламной и ПР-продукции	17	2	2	2	11
5.	Графическое оформление и дизайн рекламной и ПР-продукции	17	2	2	2	11
6.	Изготовление рекламной и ПР-продукции	18	2	2	2	12
7.	Продвижение и рекламной и ПР-продукции	20	2	3	3	12
8.	Распространение рекламной и ПР-продукции	16,8	2	3	3	8,8
	Итого:	4 з.е. 144	16	18	18	87,8 (+0,2 ИКР)

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

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Разработка маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ	14	-	-	4	10
2.	Планирование маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ	14	-	-	4	10
3.	Анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ	14	-	-	4	10
4.	Оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	13	-	-	3	10
5.	Организация работы по созданию и управлению сайтом	13	-	-	3	10
6.	Создание контента сайта	13	-	-	3	10
7.	Редактирование контента сайта	13	-	-	3	10
8.	Контроль за работой по поддержке, обслуживанию и контент-наполнению сайта	12,8	-	-	3	9,8
	Итого:	3 з.е. 108	-	-	28	79,8 (+0,2 ИКР)

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

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Особенности создания рекламной и ПР-продукции	19	1			18

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
2.	Типология рекламной и ПР-продукции	19		1		18
3.	Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора	18		1		18
4.	Контент рекламной и ПР-продукции	18		1		18
5.	Графическое оформление и дизайн рекламной и ПР-продукции	18		1		16
7.	Продвижение и рекламной и ПР-продукции	21	1			20
8.	Распространение рекламной и ПР-продукции	24				24
	Итого:	4 з.е. 144 ч.	2	4		134

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

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Разработка маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ	12				12
2.	Планирование маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ	13				13
3.	Анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ	13				13
4.	Оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	14			1	13

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
5.	Организация работы по созданию и управлению сайтом	13				13
6.	Создание контента сайта	14			1	13
7.	Редактирование контента сайта	13				13
8.	Контроль за работой по поддержке, обслуживанию и контент-наполнению сайта	12				12
Контроль (зачет)		3,8				
	Итого:	3 з.е. 108	-		2	102 (+0,2 ИКР)

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Д.А. Носаев, доцент, канд. филол. наук, доцент; А.Н. Минская, доцент, канд. филол. наук