

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 03.10.2023 15:29:08
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:

Брызгалова Е.Н.



2023 г.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 3 курса очной формы обучения

Составитель: к.б.н., доцент Ильяшенко Д.В.

Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Учебная дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» направлена на получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и СО в организации и практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела. Курс также предполагает рассмотрение теоретических основ, принципов, функций управления в сфере рекламы и связей с общественностью, а также выработку базовых навыков и умений эффективного принятия рекламных и PR решений в процессе профессиональной деятельности.

Цель изучения дисциплины – изучение особенностей работы отделов рекламы и связей с общественностью в структуре современной организации; изучение взаимосвязи представленных отделов с другими подразделениями организации.

Задачи дисциплины:

1. Изучить организационные основы, функциональный принцип построения и планирования работы отдела рекламы и связей с общественностью;
2. Выработка умения составлять планы работы отделов по связям с общественностью, оценивать их эффективность; осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы данных; выявлять новые сферы деятельности рекламных и PR-агентств и разрабатывать стратегические планы их работы;
3. Развитие навыков предвидения, анализа и интерпретации общественного мнения, отношений и спорных вопросов, способных положительно или отрицательно повлиять на деятельность и планы организации;
4. Формирование умений консультировать руководство всех уровней организации по вопросам принятия решений, определения направления действий и коммуникации с обязательным учетом общественных

- последствий его деятельности, а также социальной и гражданской ответственности организации в целом;
5. Изучение особенностей разработки, выполнения и оценки программ по эффективной коммуникации с целевой аудиторией организации в рамках ее деятельности в области маркетинга, финансирования, рекламы, производственных отношений, взаимодействия с государственными учреждениями и т.д.
 6. Изучение особенностей установления и поддержания внешней и внутренней среды организации со СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью.
 7. Изучение планирования и оценки эффективности деятельности рекламных отделов и служб по связям с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Данная учебная дисциплина входит в учебном плане в часть, формируемую участниками образовательных отношений. Дисциплина является частью системы дисциплин, формирующих универсальные и профессиональные компетенции.

Освоение дисциплины «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью» базируется на знаниях, приобретенных при изучении дисциплин: «Основы менеджмента», «Основы теории коммуникации», «Основы медиапланирования», «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности» и др.

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» связана со всеми последующими дисциплинами.

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины:

- знать основы организации и управления в организации, специфику рабочего процесса, особенности проведения рекламных кампаний, методику сбора

информации и обработки информации для эффективной рекламной и PR-деятельности; механизм формирования имиджа организации в ходе работы отдела;

- уметь устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами; составлять схему проведения рекламных и информационных кампаний; разрабатывать стратегические планы работы отделов.
- владеть традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками составления пресс-релизов, навыками делопроизводства и планирования рекламных кампаний; традиционными и современными технологиями рекламы и СО, навыками копирайтинга и медиапланирования, методами коммуникации в кросс-культурной среде.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы организации, роль, функции и направления деятельности отделов рекламы и СО в организации;
- организационную структуру предприятия; специфику эффективной внешней и внутренней коммуникации;
- основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом;
- практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях;
- сущность и содержание рекламного и PR менеджмента.

Уметь:

- осуществлять необходимые направления деятельности в отделах рекламы и связей с общественностью;
- планировать и проводить необходимые рекламные и PR-мероприятия для обеспечения деятельности организации;

- выбирать инструменты построения эффективной коммуникации с различными организациями (государственными, коммерческими, некоммерческими, СМИ);
- осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок,

Владеть:

- навыками организации эффективной структуры и работы в отделе рекламы и связей с общественностью;
- навыками и инструментами организации рекламной и PR-деятельности в отделе, инструментами оценки эффективности этой деятельности инструментами письменной и устной коммуникации, навыками создания письменных рекламных и PR-документов.
- навыками принятия и реализации самостоятельных управленческих решений в сфере рекламной и PR деятельности;
- навыками взаимодействия с рекламными агентствами по вопросам создания и размещения рекламных и PR сообщений, навыками управления, необходимыми при работе в сфере рекламы в производственных, коммерческих и общественных организациях.

3. Объем дисциплины:

Объем дисциплины: 3 зачетных единицы, 108 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 30 часов, практические занятия 15 часов,

контактная внеаудиторная работа: контроль самостоятельной работы 0, в том числе курсовая работа 0;

самостоятельная работа: 36 часов, в том числе контроль 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК.6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – экзамен, 6 семестр.

6. Язык преподавания русский.