

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ PR и реклама

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки «Менеджмент»

Квалификация выпускника: бакалавр

Выпускающая кафедра: МПД

Кафедра-разработчик рабочей программы: МПД

1. Цели освоения дисциплины:

Целями освоения дисциплины «PR и реклама» являются:

- а) формирование у студентов профессиональных компетенций в области рекламы и связей с общественностью;
- б) привитие знаний, умений и навыков в области рекламного дела и технологии осуществления связей с общественностью;
- в) выбор оптимальных форм практического использования инструментов рекламы и PR;

2. Содержание дисциплины «PR и реклама»:

Реклама и связи с общественностью – наука и практика эффективных коммуникаций.

Общая характеристика рекламы и связей с общественностью.

Планирование и осуществление рекламных и PR-компаний в организации.

Организация специальных мероприятий по пропаганде книги.

Организация и контроль деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в организации.

PR и реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.

Механизм взаимодействия со средствами массовой информации.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен

1) Знать:

- а) основные концепции организации рекламы и общественных связей за рубежом и в России;
- б) основные тенденции развития рекламы и PR в России и за рубежом.
- в) специфику осуществления PR и рекламной работы в организации.

2) Уметь:

- а) использовать формы и методы рекламы и PR для успешной реализации проектов;
- б) воздействовать на общественное мнение и устанавливать активные коммуникации с целевыми аудиториями;
- в) внедрять основные принципы PR в деятельность организации;
- г) формировать результативные рекламные и PR-обращения, направленные на формирование имиджа организации и ее продукции, устранения информационных угроз;
- д) использовать планирование, организацию и контроль рекламных и PR-кампаний при реализации маркетинговых коммуникаций;
- е) оценивать результаты деятельности службы связей с общественностью.

3) Владеть:

- а) понятийным аппаратом в области рекламы и связей с общественностью;
- б) навыками применения современных инструментов рекламы и связей с общественностью для решения практических задач;
- в) содержанием основных этапов коммуникационной деятельности службы связей с общественностью в целях распространения передового опыта и практики установления эффективных коммуникаций.

Зав.каф. МПД


(подпись)

Зинурова Р.И.