

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б3.Б.7 «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»**

Дисциплина **«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»** является дисциплиной базовой части профессионального цикла дисциплин (Б3.Б.7) подготовки бакалавров по направлению **031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**.

Дисциплина реализуется на Факультете гуманитарного образования Самарского Государственного технического университета кафедрой психологии и педагогики.

Цели и задачи освоения дисциплины.

Целью освоения дисциплины **«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»** является формирование профессиональных компетенций, необходимых для реализации аналитической, научно-исследовательской, организационно-управленческой, педагогической, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности.

Основной задачей курса является раскрытие вопроса целесообразности отделов рекламы и связей с общественностью в структуре организации, их исследовательского, творческого, аналитического и производственного сегментов, возможностей применения инновационных технологий в деятельности отделов рекламы и связей с общественностью; развитие у студентов навыков по практическому применению знаний и способов осознанной деятельности по организации работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных и коммерческих структурах, обеспечивающих внешнее и внутреннее коммуникационное взаимодействие.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций выпускника:

- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОК-4);
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);
- обладание пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);
- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, 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, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);
- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20).

Содержание дисциплины направлено на изучение: принципов построения отделов рекламы и связей с общественностью, задачи и функции их производственной деятельности, методику планирования работы, способы оценки эффективности отделов рекламы и связей с общественностью.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, рубежный контроль в форме тестирования и промежуточный контроль в форме экзамена в конце семестра.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 32 ч, лабораторные 32 ч, практические 32 ч, занятия и 21 ч самостоятельной работы студента.