Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 19.06.2024 12:43:34
Уникальный программный ключ:
fa4f0f0f1b2f6c6b2b6b6f5b1b1b6b4f2b6c3a

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.О.23 Организация и планирование деятельности рекламных агентств*"

направления подготовки бакалавров "*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*"

профиль подготовки "*Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере*"

программа подготовки "*бакалавр*"

Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Основные блоки и темы дисциплины

Раздел дисциплины

Место дисциплины в структуре ОП

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		
ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности		
основы моделирования кризисных PR-кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности	выявлять источники возникновения кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне; определять зоны рисков в публичных коммуникациях;	навыками моделировать кризисные PR-кампании в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности; правовой культурой в области профессиональной деятельности
ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		
ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом		
методы выполнения отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Дисциплина "Организация и планирование деятельности рекламных агентств" изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими, лабораторными занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-технической литературой и завершается экзаменом.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 144 часа, 4 зачетные еденицы.

Вид промежуточной аттестации: Экзамен Зачет.