

## Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Валерий Владимирович  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 13.06.2024 12:45:34  
Уникальный программный ключ:  
fa11e0119210d1317301000000000000

**рабочей программы учебной дисциплины "Б1.О.25 Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью"**

**направлений 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:**

<b>ПКУВ-2:</b> Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности		
<b>ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.</b>		
функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;	выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;	навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.
<b>ПКУВ-2:</b> Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности		
<b>ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности</b>		
способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;	Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач	навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;
<b>ПКУВ-2:</b> Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности		
<b>ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере</b>		
основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью

Дисциплина "Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью" 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 единицы.

**Вид промежуточной аттестации:** Экзамен.

