

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.09.2021 10:57:09
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9cfa69b206d480771b3c1a975e6f

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.10 «Организация и планирование деятельности рекламных агентств»
направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Цели изучения дисциплины – изучение студентами основ и особенностей организации и планирования деятельности рекламных агентств, методов разработки рекламной продукции, организации и проведения рекламных кампаний, а также контроля их эффективности.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических основ рекламного дела;
- анализ стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением рекламной деятельностью, достижением высокой результативности рекламных кампаний;
- рассмотрение роли и функций основных участников и составляющих рекламного процесса;
- знакомство с практическими формами и методами организации и реализации рекламных кампаний;
- обобщение современного зарубежного и отечественного опыта организации и планирования деятельности рекламных агентств.

Основные блоки и темы дисциплины:

Современный рекламный рынок: история, структура, тенденции, перспективы. Рекламные агентства: определение понятия, классификация, структура, разработка конкурентных стратегий. Рекламный продукт. Работы и услуги рекламного агентства. Управление качеством рекламных услуг. Документирование работы с клиентом в рамках управления качеством в рекламном агентстве. Концепции маркетинга в управлении рекламным агентством. Планирование деятельности рекламного агентства. Управление персоналом рекламного агентства. Технология продаж работ и услуг рекламного агентства. Управление рекламным проектом. Анализ деятельности рекламного агентства.

Учебная дисциплина «Организация и планирование деятельности рекламных агентств» входит в перечень курсов базовой части профессионального цикла ОПОП.

В результате изучения дисциплины «Организация и планирование деятельности рекламных агентств» у обучающегося формируются следующие общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции, предусмотренные ФГОС ВО:

ОПК-1 – способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-1 - готовность к организации контактной зоны предприятия сервиса.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен:

знать: современные методы решения задач в профессиональной сфере, особенности развития и перераспределения коммуникационных потоков, принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; законодательное и саморегулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; организационные формы и структуры рекламных агентств и PR-агентств; принципы управления персоналом организации; правовую охрану объектов интеллектуальной собственности; теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков в рекламном агентстве;

уметь: осуществлять руководство агентством; формировать команду проектов в зависимости от степени сложности проектов; оценивать стоимость проектов с точки зрения трудозатрат команды; планировать финансовые потоки; руководить процессом коммуникационного планирования; выстраивать конструктивный диалог с бизнес-партнерами; выбирать оптимальные формы организации бизнеса; находить новые источники повышения конкурентоспособности;

владеть: навыками осуществления функций руководителя рекламного агентства; умением межличностного общения в профессиональной среде, в том числе в международной сфере, составления договоров и деловой документации, преподавательскими навыками.

Дисциплина «Организация и планирование деятельности рекламных агентств» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается зачетом и экзаменом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 288 часов, 8 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Разработчик:
канд. экон. наук, доцент

Зав. выпускающей кафедрой



Калашникова С.В.

Кумпилова А.Р.