

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины **Б1.Б.15 «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»** направления подготовки бакалавров **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** профиль **«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

Цели изучения дисциплины – получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и связей с общественностью в организации и практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела.

Задачи дисциплины:

- изучение организационных основ деятельности отдела рекламы и связей с общественностью;
- изучение роли и функций отдела в системе менеджмента организации;
- изучение задач и принципов функционирования отдела рекламы и связей с общественностью;
- планирование работы отдела и составление бюджета;
- изучение практических особенностей функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях.

Основные блоки и темы дисциплины:

Теоретико-методические аспекты организации работы отдела рекламы и связей с общественностью. Планирование и бюджетирование деятельности отдела рекламы и связей с общественностью. Задачи и принципы функционирования основных подразделений отдела рекламы и связей с общественностью. Практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях.

Учебная дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» входит в перечень курсов базовой части профессионального цикла ОПОП.

В результате изучения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» у обучающегося формируются следующие общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции, предусмотренные ФГОС ВО:

ОПК-2 – владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ПК-15 - владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен:

знать: организационную структуру предприятия; роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в организации; специфику взаимодействия отдела с другими подразделениями организации основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом; практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях;

уметь: находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность, оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; вырабатывать нестандартные решения, 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, участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе, мотивацию сотрудников на активную

деятельность и развитие организации; осуществлять работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

владеть: навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве, навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации, навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается экзаменом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Разработчик:
канд. экон. наук, доцент

Зав. выпускающей кафедрой



Калашникова С.В.

Кумпилова А.Р.