

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины **Б1.Б.18 «Организация рекламных и PR-кампаний»**

направления подготовки бакалавров **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** профиль **«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

Цели изучения дисциплины – сформировать целостное, законченное представление о сущности и содержании комплексной рекламной и PR-кампании, её задачах и функциях, о характере и особенностях осуществления рекламных кампаний и мероприятий, о формах и методах реализации товаров, формировании спроса, системы стимулирования, особенностях оптовой и розничной торговли, управления маркетингом на основе активного применения новейших PR-технологий, использования преимуществ комплексной рекламной и PR-кампании в процессе воздействия на целевую аудиторию.

Задачи дисциплины:

- формирование у обучающихся научного представления о сущности и содержании комплексной рекламной и PR-кампании;
- раскрытие основных особенностей и главных этапов разработки комплексной рекламной и PR-кампании;
- ознакомление с практикой разработки и проведения комплексной рекламной и PR-кампании;
- выработка навыков анализа и оценки эффективности комплексной рекламной и PR-кампании.

Основные блоки и темы дисциплины:

Сущность, содержание и виды комплексной рекламной и PR- кампании. Цель, задачи и функции комплексной рекламной и PR-кампании. Основные этапы разработки комплексной рекламной и PR- кампании. Принципы комплексной рекламной и PR-кампании и условия их эффективной реализации. Методы и средства комплексной рекламной и PR-кампании. Оценка эффективности проведённой комплексной рекламной и PR- кампании.

Учебная дисциплина «Организация рекламных и PR-кампаний» входит в перечень курсов базовой части профессионального цикла ОПОП.

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

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

ОПК-5 - умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-13 - способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен:

знать: основы методологии и технологии планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий; сущность, содержание и особенности подготовки комплексной рекламной кампании; методы и модели организации и проведения комплексных рекламных кампаний и мероприятий; основные принципы организации и проведения комплексных рекламных кампаний и мероприятий;

уметь: реализовывать функции медиапланера; практически использовать методологию рекламной и PR-деятельности при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; воздействовать на рынок и потребительский спрос с использованием возможностей комплексной рекламной кампании и новейших PR-технологий; обеспечивать целевое управление процессом разработки комплексной рекламной кампании;

владеть: навыками планирования и организации под контролем коммуникационных

кампаний и мероприятий с учетом целей, задач, принципов, критериев оценки, программных этапов кампании; навыками применения на практике методов и принципов управления рекламной кампанией и компанией по связям с общественностью и отдельным рекламным и PR- мероприятием.

Дисциплина «Организация рекламных и PR-кампаний» 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.