

Аннотация

*рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 Проектный практикум направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»*

Цели изучения дисциплины формирование целостного представления по основам проектирования, организации и реализации стратегий и программ, соответствующих запросам потребностей в области связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- сформировать у обучающегося практические навыки организации проектной деятельности;
- научить постановке задач проектирования в области в области связей с общественностью.

Основные блоки и темы дисциплины:

- Тема 1. Связи с общественностью как объект проектирования.
- Тема 2. Специфика управления проектами в сфере связей с общественностью.
- Тема 3. Роль коммуникаций в работе над проектом.
- Тема 4. Планирование проекта.
- Тема 5. Принципы работы над проектом в команде.
- Тема 6. Управление бюджетом проекта.
- Тема 7. Учет и контроль хода реализации проекта.
- Тема 8. Завершение проекта.

Учебная дисциплина «Проектный практикум» входит в перечень курсов вариативной части ОПОП.

В результате освоения дисциплины «Проектный практикум» у обучающегося формируются следующие профессиональные (ПК) компетенции (или их элементы), предусмотренные ФГОС ВО:

ПК-10 – способность организовывать и проводить социологические исследования;

ПК-11 – способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

ПК-12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать: методику организации и проведения социологического исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-10); общую характеристику функций по составлению аналитических справок, обзоров и отчетов (ПК-11); этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR в различных государственных, финансовых, общественных структурах, СМИ, должностные инструкции в области рекламы (ПК-12).

уметь: определять цель социологического исследования и прогнозировать общественное мнение на основе социологического исследования (ПК-10); формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты (ПК-11); ориентироваться в базовых функциях менеджера по рекламе, применять функции при реализации деятельности (ПК-12).

владеть: навыком организации и проведения социологического исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению

имиджа организации (ПК-10); навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11); навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; методами реализации управленческих функций при решении задач рекламы в работе с заказчиками (рекламодателями) (ПК-12).

Дисциплина «Проектный практикум» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часов, 2 зачетные (х) единицы(ы).

Вид промежуточной аттестации: зачет.

Разработчик

канд. социол. наук, доцент

Зав. выпускающей кафедрой



Е.А. Панина

А.Р. Кумпилова