

Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФАС - Федеральная антимонопольная служба

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 03.06.2026 10:51:09

Уникальный программный ключ:

faa1c0c0-92b0-430a-b010-417e6417e641

рабочей программы учебной дисциплины "Б1.О.23 Организация и планирование деятельности рекламных агентств"

направления 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)

Цель изучения дисциплины «Организация и планирование деятельности рекламных агентств» - 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

Раздел дисциплины
Тема 1. Современный рекламный рынок: история, структура, тенденции, перспективы.
Тема 2. Рекламные агентства: определение понятия, классификация, структура, разработка конкурентных стратегий.
Тема 3. Рекламный продукт.
Тема 4. Работы и услуги рекламного агентства.
Промежуточная аттестация
Тема 5. Управление качеством рекламных услуг.
Тема 6. Планирование деятельности рекламного агентства.
Тема 7. Управление персоналом рекламного агентства.
Тема 8. Управление рекламным проектом.
Бизнес-план рекламного агентства
Промежуточная аттестация

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Организация и планирование деятельности рекламных агентств» относится к обязательной части Блока 1 и дает необходимые знания об основах организации



и планирования деятельности рекламных агентств.

В процессе изучения дисциплины «Организация и планирование деятельности рекламных агентств» обучающиеся используют знания, полученные при изучении таких дисциплин как «Теория и практика рекламы и связей с общественностью», «Основы медиапланирования», «Коммуникационный менеджмент», «Основы теории коммуникации», и др.

Дисциплина «Организация и планирование деятельности рекламных агентств» является предшествующей для следующих дисциплин: «Консалтинг в связях с общественностью», «Стратегический маркетинг», «Предпринимательство в сфере рекламы и PR», «Основы копирайтинга», «Интернет-маркетинг», «Основы маркетинга», «Управление репутацией в сети Интернет», «Медиарилейшнз», «Имиджелогия», «Компьютерный дизайн и инфографика» и др.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		
ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности		
основы моделирования кризисных PR-кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности	выявлять источники возникновения кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне; определять зоны рисков в публичных коммуникациях;	навыками моделировать кризисные PR-кампании в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности; правовой культурой в области профессиональной деятельности
ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		
ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом		
методы выполнения отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Дисциплина "Организация и планирование деятельности рекламных агентств" 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 Зачет.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Калашникова Светлана Валентиновна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

