**АННОТАЦИЯ**

**учебной дисциплины «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы»**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 2-ый семестр 3-го года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Правовое регулирование в PR и рекламе», «Организация специальных мероприятий», а также со всеми видами производственной практики. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими занятиями. Семинарские занятия проводятся с использованием современных технологий электронного обучения (частично на платформе дистанционного обучения «Электронный университет- Moodle»).

Основная **цель** дисциплины «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы» состоит в ознакомлении студентов с современными принципами организации работы отдела по связям с общественностью и рекламы, маркетингового отдела в организациях государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества, а также с основами проектной работы в сфере социальных коммуникаций.

**Задачи** дисциплины «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы» заключаются:

- в ознакомлении студентов с основными подходами к формированию, организации работы, планированию деятельности рекламных агентств, отделов по связям с общественностью и рекламы, маркетинговых отделов организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора;

- в формировании у студентов представлений о статусе, роли, способах взаимодействия маркетинговых отделов, отделов по связям с общественностью и рекламы с ведущими подразделениями организации;

- в развитии у студентов уникальной системы компетенций и приобретении практических навыков работы по отдельным направлениям деятельности рекламных агентств, маркетинговых отделов, отделов по связям с общественностью и рекламы, включая разработку и реализацию проектов в сфере социальных коммуникаций.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся работать с проектами в области рекламы и связей с общественностью, технологиями организации деятельности различных структур сферы социальных коммуникаций, а также для прохождения всех видов производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

* ОПК-2 – владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественность;
* ПК-5 – способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;
* ПК-15 – владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

***Форма итогового контроля:***дифференцированный зачет.