

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 03.10.2023 16:07:16
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:
Брызгалова Е.Н.


2023 г.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Мастер- класс «Реклама и связи с общественностью в бизнесе»

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 1 курса очной формы обучения

Составитель: к.б.н., доцент Ильяшенко Д.В.



Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения мастер-класса является изучение места и роли интегрированных маркетинговых коммуникаций в современном деловом сообществе, изучение взаимосвязи данного вида деятельности с современными проблемами менеджмента и маркетинга, институциональными составляющими развития общества и экономической динамикой развития организации.

Задачами освоения дисциплины является научение

- владению знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, СМИ, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;
- владению навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве и др.;
- знанию истории и основных теорий менеджмента, владение основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знание основ бизнес-процессов;
- способности участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать виды мероприятий, способных создать необходимый эффект, привлечь целевую аудиторию;

уметь выполнять аналитические и организационные работы при подготовке коммуникационных программ; самостоятельно обоснованно высказываться относительно возможного развития событий;

владеть традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками работы с рекламными и PR-текстами на родном языке

2. Место дисциплины в структуре ООП

Данная учебная дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений ООП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью по профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» и связана с дисциплинами «Коммуникационный менеджмент современной компании», «Дизайн, корпоративная идентичность и фирменный стиль», мастер-классами «Проектирование в рекламе и связях с общественностью», «Проектирование креативного продукта», а также дисциплинами «Разработка и технологии производства коммуникационного продукта», мастер-классом «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью».

Для успешного освоения мастер-класса «Реклама и связи с общественностью в бизнесе» в качестве уровня начальной подготовки обучающийся должен освоить следующие дисциплины «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности», «Теория и практика рекламы», иметь представление об основных направлениях деятельности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

3. Объем дисциплины:

Объем дисциплины: 3 зачетных единицы, 108 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 18 часов, практические занятия 36 часа,

контактная внеаудиторная работа: контроль самостоятельной работы 0, в том числе курсовая работа 0;

самостоятельная работа: 54 часа.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ПК-4. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-4.3. Использует мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – зачет, 2 семестр.

6. Язык преподавания русский.