

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 03.10.2023 15:25:08  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

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

Утверждаю:

Руководитель ООП:

Брызгалова Е.Н.



## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Мастер- класс «Проектирование в рекламе и связях с общественностью»

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 4 курса очной формы обучения

Составитель: д.ф.н., проф. Бушев А. Б.

Тверь, 2023

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

**Целями** освоения обучающимися дисциплины «Проектирование в рекламе и связях с общественностью (мастер-класс)» является обучение студентов комплексно анализировать проект с технической, экологической, социальной, институциональной, финансовой, коммерческой (микроуровень) и экономической (макроуровень) сторон, изучение основы управления проектами.

**Задачи курса** – сформировать у студентов умения и навыки проектирования в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд, способность реализовать проекты и владение методами их реализации.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Курс является дисциплиной, опирающейся на знания, умения и навыки, даваемые в курсах «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Основы менеджмента» и др., а также творчески-технологических дисциплинах профиля, помогая студентам реализовывать процесс и получать результаты их конкретно-практической деятельности. Место курса «Проектирование в рекламе и связях с общественностью (мастер-класс)» в учебном процессе определяется также тем, что он тренирует конкретно-практические навыки, полученные в рамках других дисциплин профессионального цикла, изучаемых студентами в вузе, подготавливая выпускника к профессиональной деятельности.

**Уровень начальной подготовки** обучающегося для успешного освоения дисциплины «Проектирование в рекламе и связях с общественностью (мастер-класс)»:

- *Знать* виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде
- Основные принципы, функции и приемы менеджмента
- Принципы построения организационных структур и распределение функций управления
- Формы участия персонала в управлении
- Роль, принципы и функции маркетинга
- Технологию проведения социологических и маркетинговых исследований
- Принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций

### 3. Объем дисциплины:

3 зачетных единиц, 108 академических часов, **в том числе**

**контактная работа:** практические занятия 22 часов, лабораторные работы 11 часов, **самостоятельная работа:** 39 часов, **контроль:** 36 часов.

### 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-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта
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

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – экзамен, 7 семестр.**

**6. Язык преподавания русский.**