

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Реклама и связи с общественностью»**

по направлению 38.03.01 Экономика
профиль «Экономика предпринимательства»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса “Реклама и связи с общественностью” - формирование у студентов, получающих квалификацию (степень) «бакалавр» по направлению «Экономика», знаний основ современной теории рекламной деятельности и связей с общественностью и первоначальных навыков ее практического использования. Позиционирование торговых марок на рынке, выделение конкурентных преимуществ продукции, формирование позитивного образа организации и стимулирование роста продаж на товары фирмы невозможны без использования бакалаврами направления «Экономика» соответствующих рекламных и PR-приемов в современных условиях хозяйствования. В связи с этим возникает необходимость изучения теоретико-методических основ рекламного дела и связей с общественностью при подготовке бакалавров по направлению «Экономика» по профилю «Экономика предпринимательства».

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами рекламной деятельности и связей с общественностью;
- рассмотреть этапы процесса разработки рекламной и PR-кампании;
- охарактеризовать особенности рекламных средств и стилей рекламных сообщений;
- выявить современные направления развития рынка рекламных услуг в РФ и за рубежом;
- ознакомить студентов с методическими приемами оценки эффективности рекламных кампаний и результативности связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

«Реклама и связи с общественностью» является учебной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, Учебного плана подготовки по направлению 08.03.01 Экономика по профилю «Экономика предпринимательства», и имеет код Б1.В.22.

До изучения данной дисциплины студент должен освоить содержание предшествующей дисциплины с формированием соответствующих компетенций (или их части): Деньги. Кредит. Банки, Управление стартапами в социальном предпринимательстве, Теория и практика предпринимательской конкуренции, Мерчандайзинг, Теория товароведения, Ценообразование, Поведение потребителей, Бенчмаркинг, Технологическая (проектно-технологическая) практика, Логистика, Управление качеством.

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью» изучается в одном семестре с дисциплинами (практиками), направленными на формирование соответствующих компетенций (или их части): Организация инвестиций.

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью» предшествует изучению дисциплин (прохождению практик) и дальнейшему формированию соответствующих компетенций (или их части): Организация оптовой и розничной торговли, Стратегический анализ в предпринимательстве, Организация товарных рынков, Отраслевая экономика, Организация предпринимательской деятельности, Финансовая безопасность бизнеса, Производственный менеджмент, Организация производства, Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-2 - способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей	<p>ИД-1 пк2 Знать предметную область и специфику рекламной деятельности и связей с общественностью организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа</p> <p>ИД-2 пк2 Уметь проводить оценку эффективности решения в области рекламы и связей с общественностью с точки зрения выбранных критериев</p> <p>ИД-2 пк2 Владеть навыками описания возможных решений в области рекламы и связей с общественностью</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов).

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, практические занятия с использованием активных форм с применением мультимедийных лекционных материалов, деловых и ролевых игр, и др.

При организации самостоятельной работы студентов применяются следующие образовательные технологии: ответы студентов на устные вопросы по теме, дискуссии, деловые и ролевые игры, подготовка и обсуждение докладов с их презентацией, коллоквиум, письменный опрос по теме и др.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: доклад, коллоквиум, письменный опрос. По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности - зачётно-экзаменационная ведомость. Промежуточная аттестация по дисциплине «Реклама и связи с общественностью» проводится в форме зачета в 7 семестре.