

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины является освоение студентами теоретических знаний и получение практических навыков, касающихся организации и управления системой по выстраиванию работы с клиентами в компаниях разных форм собственности, освоение комплекса принципов, подходов и технологий по формированию партнерских отношений клиентоориентированной компании.

Задачи дисциплины:

- сформировать у обучаемых целостное представление (систему знаний) о сущности, содержании, актуальности, логике и методах деятельности по работе с клиентами, как части концепции маркетинга взаимоотношений организации;
- сформировать у обучаемых практические навыки разработки и реализации комплекса мероприятий по работе с клиентами, необходимые им для решения профессиональных задач;
- развить у обучаемых умения принимать своевременные и всесторонне обоснованные решения по вопросам работы с клиентами в интересах повышения эффективности их деятельности путем разработки и совершенствования организационных процессов или административных регламентов, в том числе с использованием современных технологий;
- сформировать у обучаемых четкое понимание степени профессиональной, моральной и этической ответственности за свои решения и действия в сфере работы с клиентами, и клиентскими базами данных организаций различных форм собственности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма:

Дисциплина «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана. Она изучается в пятом семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современных коммуникаций (предшествующие дисциплины Основы теории и практики рекламы, Основы теории и практики связей с общественностью).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:
В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин:

- Внутрифирменные коммуникации
- Коммуникационный менеджмент
- Инфографика и визуализация коммуникационного продукта
- Основы интегрированных коммуникаций
- Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях
- Консалтинг в рекламе и связях с общественностью
- Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях

- Управление общественным мнением
- Организация рекламных и ПР-мероприятий
- Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов
- Стимулирование сбыта
- Современная пресс-служба
- Планирование антикризисных коммуникаций
- Профессионально-творческая практика
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Заочная форма:

Дисциплина «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана. Она изучается в четвертом семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современных коммуникаций (предшествующие дисциплины Основы теории и практики рекламы, Основы теории и практики связей с общественностью, Инфографика и визуализация коммуникационного продукта).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин:

- Внутрифирменные коммуникации
- Коммуникационный менеджмент
- Основы интегрированных коммуникаций
- Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях
- Консалтинг в рекламе и связях с общественностью
- Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях
- Управление общественным мнением
- Организация рекламных и ПР-мероприятий
- Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов
- Стимулирование сбыта
- Современная пресс-служба
- Планирование антикризисных коммуникаций
- Профессионально-творческая практика
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК 1 - Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать: основы организации и оперативного планирования профессиональной деятельности для эффективной коммуникационной инфраструктуры организации и обеспечения внутренней и внешней коммуникации;</p> <p>Уметь: управлять внешними и внутренними коммуникациями организации, в том числе и в кризисных ситуациях, уметь применять результаты социологических исследований во внутренней и внешней коммуникационной политике организации;</p> <p>Владеть: навыками планирования, контроля и оценки эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации.</p>

3. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы

4. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков межличностной коммуникации, навыков личных продаж и телефонных переговоров с клиентом
- ☞ проведение групповых дискуссий на практических занятиях

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- подготовка, презентация и защита проекта по технике продаж.

5. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний).

Промежуточный контроль проводится в форме проектной работы.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.