

Аннотация

на учебную дисциплину «Организация работы рекламных агентств»,
изучаемую в рамках ОПОП 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Целью изучения дисциплины «**Организация работы рекламных агентств**» является формирование **общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных компетенций (ПК)**:

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

В ходе изучения дисциплины «Организация работы рекламных агентств» студенты **усваивают знания** основных участников рекламного процесса, особенностей взаимодействия между рекламными агентствами и средствами массовой информации, классификации рекламных агентств, структуры типового рекламного агентства.

На основе приобретенных знаний **формируются умения** разрабатывать планы по организации деятельности отдела по работе с клиентами рекламного агентства, отдела по взаимодействию со СМИ, творческого отдела, отдела по производству рекламной продукции, ВТЛ-отдела.

Приобретаются навыки владения технологиями организации деятельности типового рекламного агентства.

Эти результаты освоения дисциплины «**Организация работы рекламных агентств**» достигаются за счет использования в процессе обучения интерактивных **методов и технологий формирования указанных компетенций у студентов**:

- лекции с применением мультимедийных технологий;
- проведение семинаров в форме групповых дискуссий;
- использование деловых игр на практических занятиях;
- вовлечение студентов в проектную деятельность (организация деятельности рекламного агентства).

Учебная дисциплина «Организация работы рекламных агентств» относится к **базовой части профессионального цикла Б.1.1**. Данная дисциплина опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов основ интегрированных коммуникаций, теории и практики массовой информации, разработки и технологий производства рекламного продукта, организации и проведения кампаний в рекламе и связях с общественностью, рекламного маркетинга, креативных технологий в рекламе. Компетенции, приобретенные в ходе изучения дисциплины «Организация работы рекламных

агентств», готовят студента к выполнению выпускной квалификационной работы и дальнейшей профессиональной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4 зачетных единицы**.

Продолжительность изучения дисциплины – **один семестр**.