

**Аннотация к рабочей программе по дисциплине
Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью
Базовая часть Б1.1.38**

Общая трудоемкость изучения дисциплины – 3 ЗЕТ (108 часа).

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью» является формирование следующих компетенций:

- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5).

Место дисциплины в учебном процессе

Учебная дисциплина Б1.1.38 «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» (Б1.1.31), «Экономика» (Б1.1.5), «Бухучет в сфере рекламы и PR» (Б1.1.25), «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью» (Б1.1.28), «Рекламный маркетинг» (Б1.1.39), «Медиапланирование» (Б1.1.33), «Разработка и технологии производства рекламного продукта» (Б1.1.30), «Теория организации и организационное поведение» (Б1.1.41), «Тайм-менеджмент» (Б1.2.5), «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» (Б1.1.19).

Компетенции приобретенные в ходе изучения «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью» готовят студента к успешному прохождению практик по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, а также подготовке к ГИА.

В результате изучения дисциплины студент должен

Знать:

- теоретические основы процесса планирования инвестиционной деятельности (терминологию, классификацию инвестиционных проектов, фазы инвестиционного проекта, схему планирования инвестиционной деятельности);
- сущность бизнес-планирования, его роль на предприятии и области применения; особенности составления бизнес-планов в рекламе и СО; структуру и функции бизнес-плана; этапы бизнес – планирования; требования к разработке бизнес-плана; содержание разделов бизнес-плана;
- основные методы оценки эффективности инвестиционных проектов.

Уметь:

- разрабатывать и оценивать перспективы инвестиционных проектов; выявить необходимость и преимущества применения бизнес- планирования в деятельности предприятий;
- самостоятельно осуществлять сбор необходимой информации и составлять на ее основе технико-экономическое обоснование инвестиционных решений; объяснить взаимосвязь основных разделов бизнес-плана;
- применять специальные показатели для оценки эффективности принимаемых решений.

Владеть:

- навыками обработки и анализа получаемой информации по перспективам развития организации;
- широким спектром методов по сбору информации, ее обработки и презентации для обоснования инвестиционных решений в сфере рекламы и СО;
- навыками обоснования схемы расчетов для экономической оценки проектов в рекламе и СО.

Виды учебной работы: лекции и лабораторные работы.

Изучение дисциплины заканчивается зачетом.