

ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

1. Цель освоения дисциплины

Посредством формирования системы знаний об основных научных подходах к социальному проектированию выработать у будущих специалистов профессиональные умения и навыки научно-обоснованной разработки, эффективной реализации и управления социальными проектами в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен организовывать продвижение продукции СМИ (ПК-2).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

– основные научные подходы к социальному проектированию в сфере коммуникаций;
– передовой отечественный и зарубежный опыт проектирования коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью;

уметь

– разрабатывать и реализовывать социальные проекты в области связей с общественностью и рекламы;
– работать в проектной команде. Распределять роли и функции членов команды;

владеть

– методами разработки и реализации социальных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;
– навыками презентации социальных проектов.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 30 ч., СРС – 69 ч.),

распределение по семестрам – 8,

форма и место отчётности – экзамен (8 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Социальное проектирование и PR. Взаимосвязь и взаимозависимость.
Место и роль социального проектирования в сфере рекламы и связей с общественностью
Основные концепции управления в сфере социального проектирования. Управление в
рекламе. Рекламные компании

Отечественный и зарубежный опыт в сфере управления проектами.
Специфика управления проектами в рекламе и связях с общественностью. Масштаб проекта.
Целевая аудитория проекта. Заказчики проекта. Социальное партнерство в сфере реализации
проектов

6. Разработчик

Боровицкая Юлия Витальевна, к.п.н., доцент кафедры социальной работы ФГБОУ ВО
ВГСПУ.