



и планирования деятельности рекламных агентств.

В процессе изучения дисциплины «Организация и планирование деятельности рекламных агентств» обучающиеся используют знания, полученные при изучении таких дисциплин как «Теория и практика рекламы и связей с общественностью», «Основы медиапланирования», «Коммуникационный менеджмент», «Основы теории коммуникации», и др.

Дисциплина «Организация и планирование деятельности рекламных агентств» является предшествующей для следующих дисциплин: «Консалтинг в связях с общественностью», «Стратегический маркетинг», «Предпринимательство в сфере рекламы и PR», «Основы копирайтинга», «Интернет-маркетинг», «Основы маркетинга», «Управление репутацией в сети Интернет», «Медиарилейшнз», «Имиджелогия», «Компьютерный дизайн и инфографика» и др.

### В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

<b>ОПК-7:</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		
<b>ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</b>		
основы моделирования кризисных PR-кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности	выявлять источники возникновения кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне; определять зоны рисков в публичных коммуникациях;	навыками моделировать кризисные PR-кампании в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности; правовой культурой в области профессиональной деятельности
<b>ОПК-7:</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		
<b>ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом</b>		
методы выполнения отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Дисциплина "Организация и планирование деятельности рекламных агентств" изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими, лабораторными занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-технической литературой и завершается экзаменом.

**Общая трудоёмкость дисциплины** составляет 144 часа, 4 зачетные единицы.

**Вид промежуточной аттестации:** Экзамен Зачет.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Калашникова Светлана Валентиновна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

