**Аннотация рабочей программы дисциплины**

**ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ**

**С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) – бакалавр

***Цель освоения дисциплины:***

формирование у студентов комплекса знаний, умений, навыков и компетенций по организации работы отделов рекламы и связей с общественностью коммерческих и некоммерческих организаций, а также интеграции отделов рекламы и связей с общественностью в структуру организации.

***Основные задачи дисциплины***:

* сформировать у студентов представление о функциях, задачах, принципах работы отделов рекламы и связей с общественностью;
* познакомить со статусом и структурой отделов рекламы и связей с общественностью;
* выработать у студентов практические навыки, связанные с процессом организации отделов рекламы и связей с общественностью и управления взаимодействием с другими структурными элементами организации.

В результате освоения компетенций в рамках дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» обучающийся должен:

*знать:*

* специфику работы рекламного отдела,
* принципы построения структуры отдела рекламы и СО в организации;
* психологию межличностных отношений;
* основные теории менеджмента и закономерности рыночных отношений.

*Уметь:*

* мотивировать сотрудников на продуктивную деятельность в области рекламы и связей с общественностью;
* использовать профессиональные знания в практической работе отдела по рекламе и связей с общественностью;
* оценивать эффективность работы PR-отделу, подготавливать отчет о его деятельности.

*Владеть:*

* методикой организации маркетинговых исследований;
* навыками применения информационных технологий в производственном процессе
* навыками организации и проведения коммуникативных кампаний и мероприятий.

**Содержание дисциплины:**

**Раздел 1. Особенности организации отделов рекламы и связей с общественностью**

Тема 1.1.Структура и принципы организации отделов рекламы и связей с общественностью (PR) в государственных органах и на предприятиях.

Тема 1.2. Планирование работы рекламного и PR-отделов.

Тема 1.3. Этика и культура рекламной и PR- деятельности

Тема 1.4 Аналитическая деятельность рекламного и PR-отделов

**Раздел 2. Роль отделов рекламы и PR в управлении деятельностью компании**

Тема 2.1.Внутрикорпоративные коммуникации и отношения с персоналом.

Тема 2.2. Формирование внешнего коммуникационного пространства организации.

Тема 2.3.Роль PR- отдела в реализации общекорпоративной стратегии.