

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Практика разработки рекламных проектов модуль 2

Наименование ОПОП ВО

42.04.05 Медиакоммуникации. Производство и управление медийными продуктами

Цели и задачи дисциплины (модуля)

1 Цель и задачи освоения дисциплины

Сформировать практические навыки реализации PR-проектов, сформировать навыки использования основных методов и инструментов проектирования.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать навыки использования основных методов и инструментов PR-проектирования;
- освоить логико-структурный метод реализации PR-проекта;
- уметь проводить профессиональный анализ собственного PR-проекта.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
42.04.05 «Медиакоммуникации» (М-МК)	ПКВ-3 : Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов.	ПКВ-3.3к : Составляет квалификационные требования к персоналу медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов	РД1	Знание	организационных структур медиакомпаний
			РД2	Навык	проектирования организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов
			РД3	Умение	проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Технология управления проектной деятельности в рекламе
- 2) Технология управления проектной группой в рекламе
- 3) Антикризисное реагирование в рамках рекламного проекта.
- 4) Оценка эффективности рекламного проекта.
- 5) Презентация рекламного проекта

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес-тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
42.04.05 Медиакоммуникации	ОФО	М01.ДВ.Б	4	5	25	0	24	0	1	0	155	Э

Составители(ль)

Павелкина Л.С., кандидат политических наук, доцент, Высшая школа кино и телевидения, Pavelkina.LS@vvsu.ru