

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сенченко Павел Васильевич  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 03.11.2023 20:29:03  
Уникальный программный ключ:  
27e516f4c088deb62ba68945f4406e13fd454355

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ**  
**УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»**  
(ТУСУР)

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**РЕКЛАМА И PR В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**  
Направление подготовки / специальность: **43.03.01 Сервис**  
Направленность (профиль) / специализация: **Цифровой выставочный сервис**  
Форма обучения: **очная**  
Факультет: **Гуманитарный факультет (ГФ)**  
Кафедра: **Кафедра философии и социологии (ФС)**  
Курс: **4**  
Семестр: **7**  
Учебный план набора 2021 года

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности**

Виды учебной деятельности	7 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	18	18	часов
Практические занятия	36	36	часов
в т.ч. в форме практической подготовки	14	14	часов
Самостоятельная работа	90	90	часов
Общая трудоемкость	144	144	часов
(включая промежуточную аттестацию)	4	4	з.е.

Формы промежуточной аттестация	Семестр
Зачет с оценкой	7

## 1. Общие положения

### 1.1. Цели дисциплины

1. ознакомление студента с этапами разработки и организации PR-кампаний, организационными основами проведения мероприятия, сформировать навыки разработки планов коммуникационных кампаний и мероприятий, навыки работы в условиях мультимедийной среды, а так же умения реализовать свои знания при подготовки PR-кампаний.

### 1.2. Задачи дисциплины

1. освоение теоретических и фактических знаний, необходимых для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями и рекламой.

2. формирование базового понятийного аппарата, необходимого для восприятия и осмысления информационных процессов, рекламы и связей с общественностью в организациях.

3. анализ теоретических подходов и взглядов на место и роль связей с общественностью и рекламы в различных сферах общественной жизни.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).

Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Модуль дисциплин: Модуль направленности (профиля) (major).

Индекс дисциплины: Б1.В.02.09.

Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции
<b>Универсальные компетенции</b>	
-	-
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>	
-	-
<b>Профессиональные компетенции</b>	
ПКС-1. Способен проектировать и моделировать процессы предоставления услуг выставочного сервисного проекта с использованием современных цифровых инструментов	ПКС-1.1. Знает теоретические основы организации выставочного сервисного проекта с использованием современных цифровых инструментов и управления проектами в сфере сервиса
	ПКС-1.2. Умеет применяет методы организации, моделирования и управления выставочного сервисного проектами
	ПКС-1.3. Владеет практическими приемами организационно-управленческой деятельности по управлению проектами в сфере сервиса

## 4. Названия разделов (тем) дисциплины

Названия разделов (тем) дисциплины
<b>7 семестр</b>
1 Рекламная и PR-кампании: определение, существенные характеристики, типология

2 Структура рекламной и PR-кампании
3 Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании
4 Оценка эффективности PR- кампании