

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"**

## **Выполнение рекламных проектов в материале**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

Закреплена за кафедрой **Кафедра управления и связей с общественностью**

Квалификация	Бакалавр	
Общая трудоемкость	<b>4 ЗЕТ</b>	
Форма обучения	<b>очная</b>	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты с оценкой 6
аудиторные занятия	54,4	
самостоятельная работа	89,6	
часов на контроль	0	
Форма обучения	<b>очно-заочная</b>	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты с оценкой 7
аудиторные занятия	14,4	
самостоятельная работа	1275,6	
часов на контроль	4	
Форма обучения	<b>заочная</b>	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачет с оценкой 6
аудиторные занятия	14,4	
самостоятельная работа	126	
часов на контроль	3,6	

**Распределение часов дисциплины по семестрам  
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	<b>6 (3.2)</b>		Итого	
Вид занятий				
Лекции	18		18	
Практические	36		36	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	54,4		54,4	
Контактная работа	54,4		54,4	
Сам. работа	89,6		89,6	
Итого	144		144	

**Распределение часов дисциплины по семестрам  
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	<b>7 (4.1)</b>		Итого	
Вид занятий				
Лекции	6		6	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	14,4		14,4	
Контактная работа	14,4		14,4	
Сам. работа	125,6		125,6	
Часы на контроль	4		4	
Итого	144		144	

**Распределение часов дисциплины по курсам  
заочная форма**

Курс	<b>3</b>		Итого	
Вид занятий				
Лекции	6		6	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	14,4		14,4	
Контактная работа	14,4		14,4	
Сам. работа	126		126	
Часы на контроль	3,6		3,6	
Итого	144		144	

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Цель дисциплины** - дать обучающимся основные сведения об объектах проектирования в рекламе; знания методов, технологий и приемов создания рекламного проекта в материале.

**Задачами учебной дисциплины** являются:

- 1) Выбор и использование инструментов, оборудования, основных изобразительных средств, материалов при создании модели (макетов, сценариев) рекламного объекта с учётом выбранной технологии,
- 2) Формирование базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки и выполнение в материале рекламного проекта,
- 3) Овладение принципами разработки, построения и продвижения рекламного проекта в сфере профессиональной деятельности;
- 4) Развитие навыков выполнения авторских проектов в материале.
- 5) Овладение навыками экспертной оценки своего и чужого рекламного продукта.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Управление PR-проектами
2.1.2	Управление проектами
2.1.3	Связи с общественностью через СМИ
2.1.4	Правовые основы PR
2.1.5	Теория и практика рекламы
2.1.6	Теория и практика связей с общественностью
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта
2.2.2	преддипломная практика
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ПК-1. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью**

**ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности**

Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;

Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;

Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.

**ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью**

Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

Уметь: правильно использовать технологические инструменты;

Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.

**ПК-1.3: Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью**

Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.

<b>ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</b>	
<b>ПК-2.1: Понимает основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции</b>	
Знать: основные понятия рисунка и перспективы, особенности каждого вида графики, разновидности печатной рекламы.	
Уметь: выявлять суть технических возможностей графики в использовании традиционных и современных средств рекламы,	
Владеть: навыками рисунка простыми художественными материалами	
<b>ПК-2.2: Реализует типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью</b>	
Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;	
Уметь: правильно использовать технологические инструменты;	
Владеть: навыками работы с рекламной продукцией и технологиями.	
<b>ПК-2.3: Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</b>	
Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы.	
Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования.	
Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов	
<b>ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью</b>	
<b>ПК-3.1: Понимает основы использования инструментов и методов проектирования в рекламе и связях с общественностью</b>	
Знать: основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; видов, средств, форм и методов коммуникаций в рыночной среде.	
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний.	
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами, способностью работать в группах и коллективах в процесса подготовки PR- проекта.	
<b>ПК-3.2: Разрабатывает типовые рекламные и PR-проекты с использованием современных технологий проектирования</b>	
Знать: технологии подготовки к производству рекламного продукта;	
Уметь: разрабатывать рекламный проект в материале;	
Владеть: навыками разработки рекламного проекта в материале.	
<b>ПК-3.3: Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</b>	
Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для	
подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции	
Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью	
<b>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен</b>	
<b>3.1 Знать:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;</li> <li>• Технологии построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;</li> <li>• Технологии подготовки к производству рекламного продукта.</li> <li>• Методы проектирования рекламного продукта,</li> <li>• Технологические процессы создания рекламного проекта.</li> <li>• Основные этапы процесса разработки и производства рекламного продукта.</li> </ul>

<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• разрабатывать рекламный проект в материале,</li><li>• правильно использовать технологические инструменты.</li><li>• оценивать качество рекламной продукции.</li></ul>
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• навыками технологии разработки визуального ряда рекламного обращения для основных медианосителей.</li></ul>