ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**А.С. ПУШКИНА»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической

работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.Н.Большаков

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

**Б1.В.01 МЕДИАТЕХНОЛОГИИ (МОДУЛЬ)**

**Б1.В.01.08 Управление агентством рекламы и Связей с общественностью и службой рекламы и Связей с общественностью организации**

Направление подготовки **42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) **Креативные технологии в сфере рекламы и связей с общественностью**

(год начала подготовки – 2022)

Санкт-Петербург

2022

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции (или ее части) | Индикаторы компетенций (код и содержание) |
| УК-1 | Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачиИУК-1.2. Находит и анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачиИУК-1.3. Рассматривает возможные, в том числе нестандартные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостаткиИУК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно обосновывает собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельностиИУК-1.5. Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи |
| УК-2 | Способность участвовать в разработке и реализации проектов | ИУК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижениеИУК-2.2. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задачИУК-2.3. Владеет технологиями проектированияИУК-2.4. Умеет распределять роли в проектной командеИУК-2.5. Решает конкретные задачи проекта с учетом заданных временных ограниченийИУК-2.6. Публично представляет результаты проекта |
| УК-3 | Способность осуществлять социальное взаимодействие, реализовывать свою роль в команде | ИУК-3.1. Определяет свою роль в командеИУК-3.2. Эффективно использует стратегии командного сотрудничества для достижения целиИУК-3.3. Учитывает социально- демографические различия, особенности поведения групп людей, с которыми взаимодействует в командеИУК-3. 4. Взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. междисциплинарной, участвует в обмене информацией, знаниями и опытом и в презентации результатов работы команды |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель дисциплины**: изучение практических аспектов организации работы, управления агентством по связям с общественностью или соответствующими департаментами внутри компании; технологий построения проектов и отношений внутри структур и с внешними партнерами.

**Задачи дисциплины:**

* Познакомить с бизнес-логикой функционирования агентства рекламы и СО, типами, позиционированием, структурой, подходами в работе, бизнес-процессами, основными этапами работы на проектах.
* Познакомить с бизнес-логикой, функционированием внутренних департаментов рекламы и связей с общественностью компании, их задач, системы взаимодействия, принципами работы, бизнес-процессами и пр.
* Познакомить с бизнес-логикой внешних и внутренних заказчиков и взаимосвязи коммуникационных решений и бизнес-стратегии.
* Сформировать общую картину восприятия рынка рекламы, маркетинга и связей с общественностью, взаимосвязей процессов, происходящих как между агентствами, так и между агентством и клиентом.

**Место дисциплины**: дисциплина относится к части программы магистратуры, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов (1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).

Заочная форма обучения

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад.час |
|  |  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):** | 16 |
| в том числе: |  |
| Лекции | 8 | - |
| Лабораторные работы/ Практические занятия | -/8 | -/1 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 88 | - |
| **Вид промежуточной аттестации (зачет):** | 4 | - |
| контактная работа | 0,25 | - |
| самостоятельная работа по подготовке к зачету | 3,75 | - |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | - |
| контактная работа | - |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | - |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в час. /з.е.)** | 108/3 |

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей**).**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Организация отрасли связей с общественностью |
| 2 | Организация и управление коммуникационным агентством |
| 3 | Продвижение услуг коммуникационного агентства и оценка эффективности работы |
| 4 | Методики оценки эффективности рекламы |
| 5 | Проектирование структуры рекламного отдела |

**4.2. Примерная тематика курсовых работ (проектов):**

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена учебным планом.

**4.3. Перечень занятий, проводимых в активной и интерактивной формах, обеспечивающих развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств. Практическая подготовка\*.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование блока (раздела) дисциплины** | **Занятия, проводимые в активной и интерактивной формах** | **Практическая подготовка\*** |
| **Форма проведения занятия** | **Наименование видов занятий** |
| 1. | Организация отрасли связей с общественностью | практическое занятие | выполнение практического задания |  |
| 2. | Организация и управление коммуникационным агентством | практическое занятие | выполнение практического задания |  |
| 3. | Продвижение услуг коммуникационного агентства и оценка эффективности работы | практическое занятие | выполнение практического задания |  |
| 4. | Методики оценки эффективности рекламы | лекционное занятие | выполнение практического задания |  |
| 5. | Проектирование структуры рекламного отдела | практическое занятие | выполнение практического задания |  |

**5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:**

**5.1. Темы для творческой самостоятельной работы обучающегося**

Темы для творческой самостоятельной работы студента формулируются обучающимся самостоятельно, исходя из перечня тем занятий текущего семестра.

**5.2. Темы рефератов**

1. Реклама как отрасль экономики в широком понимании.
2. Карта российского рынка. Типы агентств. Структура, функционал отделов, тренды.
3. Система работы: брифинги, презентации, корректировки, тайминги, оценка эффективности.
4. Мотивация агентств и команды, варианты KPI.
5. Основные этапы работы на интегрированных проектах: содержание, последовательность, особенности на примерах реальных кейсов интегрированных кампаний.
6. Анализ работы текущего агентства: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, тренды рынка.
7. Бизнес-планирование: определение ключевого продукта, человеческие ресурсы, совершенствование процессов работы, план по увеличению прибыли, планирование продвижения агентства (участие в фестивалях, рейтинги).
8. Типы рекламных кампаний и методики оценки эффективности в зависимости от задач.
9. Бриф на исследования, типовые задачи и проекты. Взаимодействие с отделом маркетинговых исследований.
10. Стандартные инструменты измерения здоровья бренда: бренд-пирамиды, бренд-атрибуты и пр. Реализация проектов по маркетинговым исследованиям рекламы и бренда. Использование результатов. Методики оценки эффективности креатива и медиа и их синергии.
11. Примечание: список представленных выше тем может быть дополнен по выбору студентов. Студент может также предложить свой вариант темы доклада, согласовав ее с преподавателем учебной дисциплины.

**Примечание:** список представленных выше тем может быть дополнен по выбору обучающегося. Он может также предложить свой вариант темы доклада, согласовав ее с преподавателем учебной дисциплины.

**6 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости:**

**6.1. Текущий контроль**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | № блока (раздела) дисциплины | Форма текущего контроля |
| 1 | Темы 1-5 | Блиц-опрос |

**7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Авторы | Место издания | Год издания | Наличие |
| печатные издания | ЭБС (адрес в сети Интернет) |
| 1. | Организация и практика работы рекламного агентства: учебник | Евстафьев В. А., Молин А. В. |  «Дашков и К°» | 2016 |  | <http://biblioclub.ru>  |
| 2. | Межкультурная коммуникация : учебное пособие | Марков, В.И. | Кемерово | 2016 |  | <http://biblioclub.ru> |
| 3. | [Маркетинг услуг: учебник](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454142&sr=1) | Синяева И. М., Романенкова О. Н., Синяев В. В. | «Дашков и К°» | 2017 |  | <http://biblioclub.ru> |
| 4 | Рекламный менеджмент: учебное пособие | Цветкова Г. С. | ПГТУ | 2018 |  | <http://biblioclub.ru> |

**8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

1. «НЭБ». Национальная электронная библиотека. – Режим доступа: [http://нэб.рф/](http://www.biblioclub.ru/)

2. «eLibrary». Научная электронная библиотека. – Режим доступа: [https://elibrary.ru](https://elibrary.ru/)

3. «КиберЛенинка». Научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

4. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – Режим доступа: [http://www.biblioclub.ru/](http://www.knigafund.ru/)

5. Российская государственная библиотека. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>

**9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

В ходе осуществления образовательного процесса используются следующие информационные технологии:

- средства визуального отображения и представления информации (LibreOffice) для создания визуальных презентаций как преподавателем (при проведении занятий) так и обучаемым при подготовке докладов для семинарского занятия.

- средства телекоммуникационного общения (электронная почта и т.п.) преподавателя и обучаемого.

- использование обучаемым возможностей информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» при осуществлении самостоятельной работы.

**9.1. Требования к программному обеспечению учебного процесса**

Для успешного освоения дисциплины, обучающийся использует следующие программные средства:

* Windows 10 x64
* MicrosoftOffice 2016
* LibreOffice
* Firefox
* GIMP

**9.2. Информационно-справочные системы (при необходимости):**

Не используются

**10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Для изучения дисциплины используется следующее оборудование: аудитория, укомплектованная мебелью для обучающихся и преподавателя, доской, ПК с выходом в интернет, мультимедийным проектором и экраном.

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами (ПК с выходом в интернет и обеспечением доступа в электронно-информационно-образовательную среду организации).