

## АННОТАЦИЯ

### рабочей программы учебной дисциплины

#### **Б1.В.ДВ.02.01. Реклама и ПР в реализации государственных и муниципальных проектов**

#### **Направление подготовки магистратуры 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление», профиль подготовки «Государственное и муниципальное управление»**

1.	<b>Цель изучения дисциплины</b> Цель – сформировать у студентов знания о предмете, структуре и основных функциях связей с общественностью, а также обучить их методологии и основным технологическим приемам управления связями с общественностью. Задачи: - привить обучающимся представления о связях с общественностью и их роли в системе государственного и муниципального управления; - сформировать систему знаний об управлении связями с общественностью; - развить практические умения и навыки по работе с различными группами общественности		
2.	<b>Место дисциплины в структуре ОПОП ВО</b> Дисциплина «Реклама и ПР в реализации государственных и муниципальных проектов» относится к дисциплинам базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 3-й семестр. Дисциплина «Реклама и ПР в реализации государственных и муниципальных проектов» в силу занимаемого ей места в ФГОС ВО, ОПОП ВО и учебном плане по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление предполагает взаимосвязь с другими изучаемыми дисциплинами. В качестве «входных» знаний дисциплины «Реклама и ПР в реализации государственных и муниципальных проектов» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплин «Введение в профессию», «Конституционное право», «Основы управления персоналом». Дисциплина «Реклама и ПР в реализации государственных и муниципальных проектов» может являться предшествующей при изучении дисциплин «Социальная психология», «История государственного управления», «Корпоративная социальная ответственность».		
3.	<b>Результаты освоения дисциплины (модуля) «Анатомия и морфология растений»</b>		
	<b>Код и наименование компетенций</b>	<b>Индикаторы</b>	<b>Дескрипторы</b>
	<b>Универсальные компетенции (ПК)</b>		
	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии; УК-5.2. Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;	УК-5.И-1.3-1. Знает о наличии межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте; УК-5.И-1.3-2. Знает о наличии межкультурного разнообразия общества в этическом и философском контекстах; УК-5.И-1.У-1. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом контексте; УК-5.И-1.У-2. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в этическом контексте; УК-5.И-1.У-3. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в философском контексте; УК-5.И-2.3-1. Знает причины межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте; УК-5.И-2.3-2. Знает причины

		УК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач.	межкультурного разнообразия общества в этическом контексте; УК-5.И-2.3-3. Знает причины межкультурного разнообразия общества в философском контексте; УК-5.И-2.У-1. Умеет учитывать межкультурное разнообразие общества в рамках социально-исторического контекста; УК-5.И-2.У-2. Умеет учитывать межкультурное разнообразие общества в рамках этического контекста; УК-5.И-2.У-3. Умеет учитывать межкультурное разнообразие общества в рамках философского контекста.		
	Профессиональные компетенции (ПК)				
	ПК-6. Способен осуществлять количественный и качественный анализ информации при разработке и реализации государственных и муниципальных проектов.	ПК-6.И-1. Применяет методы управленческого анализа и консалтинга.	ПК-6.И-1.3-1. Знать сущность, задачи и основные принципы управленческого анализа; ПК-6.И-1.3-2. Знать методы и приемы управленческого анализа, способы сравнительного анализа данных; ПК-6.И-1.У-1. Уметь проводить количественный и качественный анализ информации; находить оптимальные организационно-управленческие решения в меняющейся рыночной ситуации; ПК-6.И-1.У-2. Уметь вести базы данных по различным показателям деятельности органов власти; ПК-6.И-1.У-5. Уметь осуществлять стратегический анализ.		
4.	Структура и содержание дисциплины				
	4.1. Структура дисциплины (модуля)				
	Вид учебной работы	Всего	Порядковый номер семестра		
	Общая трудоемкость дисциплины всего (в з.е.), в том числе:	4	3		
	Курсовой проект (работа)	не предусмотрено			
	Аудиторные занятия всего (в акад. часах), в том числе:	32	32		
	Лекции	16	16		
	Практические занятия, семинары	16	16		
	Лабораторные работы				
	Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:	112	112		
	КСР				
	Экзамен	+	+		
	Общая трудоемкость дисциплины	144	144		

	<p><b>4.2. Содержание дисциплины</b></p> <p>Лекция 1. Реклама: история, виды и функции. История происхождения рекламы. Задачи и функции рекламы. Основные характеристики и виды классификации рекламы.</p> <p>Лекция 2. Рынок рекламы России. Возникновение и особенности рекламного рынка России. Правовое регулирование рекламной деятельности в России. Кодекс рекламной практики.</p> <p>Лекция 3. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Характеристика термина PR. Цели и функции связей с общественностью. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Пиар в системе маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Лекция 4. Социально-психологические основы рекламы. Влияние внешних и внутренних факторов на поведение человека. Психологическое воздействие рекламы на ее потребителя. Потребительские мотивы.</p> <p>Лекция 5. Внимание и восприятие. Факторы, определяющие внимание. Физиологический порог и порог восприятия. Перцептивная защита. Подпороговое восприятие. Экстрасенсорное восприятие.</p> <p>Лекция 6. Планирование рекламной кампании. План рекламной кампании как элемент маркетинга. Выбор рекламной стратегии. Организация и планирование рекламной кампании. Основные этапы проведения рекламной кампании. Методы определения эффективности рекламной кампании. Медиа–планирование как основа достижения максимальной эффективности рекламной кампании.</p> <p>Лекция 7. Носители рекламной информации. Классификация видов и средств торговой рекламы. Характеристика основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки. Реклама в прессе. Печатная (полиграфическая) реклама. Экранная реклама. Реклама на радио. Прямая почтовая реклама (Директ-мейл). Наружная реклама.</p> <p>Лекция 8. Имидж и фирменный стиль в рекламе. Понятие фирменного стиля. Основные элементы фирменного стиля. Товарный знак – главный элемент фирменного стиля. Рекламный слоган. Брендинг как технология фирменности продукции. Роль и функции бренда в деятельности предприятий.</p> <p>Лекция 9. Организация рекламной деятельности. Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности. Выбор рекламного агентства. Основные функции рекламодателя и рекламного агентства.</p> <p>Лекция 10. Разработка рекламного обращения. Понятие и основные этапы разработки рекламного обращения. Содержание рекламного обращения. Основные мотивы, используемые в рекламных обращениях. Основные принципы составления рекламных текстов.</p>
5.	<p><b>Образовательные технологии</b></p> <p>Образовательный процесс по дисциплине организован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся). Учебные занятия представлены следующими видами, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• лекции (занятия лекционного типа);</li> <li>• семинары, практические занятия (занятия семинарского типа);</li> <li>• групповые консультации;</li> <li>• индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся;</li> <li>• самостоятельная работа обучающихся;</li> <li>• проведение деловых игр;</li> <li>• занятия иных видов.</li> </ul>
6.	<p><b>Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы</b></p>

	1. «Образовательный ресурс России» - <a href="http://school-collection.edu.ru">http://school-collection.edu.ru</a> 2. Федеральный образовательный портал: учреждения, программы, стандарты, ВУЗы, тесты ЕГЭ, ГИА - <a href="http://www.edu.ru">http://www.edu.ru</a> 3. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) - <a href="http://fcior.edu.ru">http://fcior.edu.ru</a> 4. Издательство «Лань». Электронно-библиотечная система - <a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a> 5. Научная электронная библиотека «e-Library» - <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> 6. Электронно-библиотечная система IPRbooks - <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> 7. Информационно-правовая система «Консультант-плюс» 8. Информационно-правовая система «Гарант» 9. Электронно-библиотечная система «Юрайт» - <a href="https://www.biblio-online.ru">https://www.biblio-online.ru</a>
<b>7.</b>	<b>Формы текущего контроля</b>
	Коллоквиумы и тесты по разделам дисциплины. Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем. Подготовка докладов и рефератов. Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой.
<b>8.</b>	<b>Форма промежуточного контроля</b>
	Зачет

Разработчик: к.с.н., доцент кафедры «Менеджмент» \_\_\_\_\_ Нальгиева Х.Л.