

«ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ PR АГЕНТСТВ»

Б1.В.ОД.3

Дисциплина «Организация работы PR агентств» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», программа подготовки «Стратегии эффективных коммуникаций» квалификации магистр, входит в вариативную часть блока I.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Организация работы PR агентств» являются формирование у магистрантов системы знаний о бизнесе как рыночной составляющей, о принципах и технологиях организации агентства, оказывающего услуги в области PR; наработка практических навыков применения полученных знаний при развитии и поддержании работы агентства.

Основными задачами дисциплины являются: формирование базовой системы научных представлений об основах организации бизнеса PR-агентств, концепциях управления агентством и месте руководителя в этих процессах; формирование знания и понимания процессов создания, стратегического и тактического планирования работы агентства; ознакомление с видами и типами агентств на рынке и тенденций развития данного бизнеса в современном обществе; ознакомление магистрантов с системными процессами работы агентства в отношениях с клиентами, такими как анализ потребления услуг агентства, прогноз тенденций рынка, взаимодействие и коммуникации. Применение содержания теоретических основ организации PR и рекламной деятельности на практике. Развитие аналитического мышления студентов. Формирование личностной психологической направленности, ценностной гуманистической ориентации, интереса к организации работы агентства и самостоятельному исследованию актуальных проблем в PR и рекламе.

2. Место дисциплины в структуре магистерской программы

Дисциплина «Организация работы PR агентства» - дисциплина вариативной части цикла Б1 «Дисциплины (модули)» логически и содержательно связана другими частями ОПОП, в частности, с дисциплиной «Управление рекламным агентством» в части освоения технологий построения и управления репутацией и методов поддержания и развития корпоративной культуры компании. Базовой основой для изучения курса являются дисциплины «Современные концепции коммуникации», «Тенденции развития рекламы и связей с общественностью». Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения дисциплины «Организация работы PR агентств» могут быть использованы магистрантами в процессе освоения дисциплины «Консалтинг в коммуникационной политике компании» в части отработки навыков профессионального консультирования в коммуникационной деятельности компании и усвоения принципов выстраивания отношений с клиентом.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Организация работы PR агентств», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

ОК-5 - способность свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения;

ОК-2 – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

ПК-4 - способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность;

ПК-5 - способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность;

ПК-8 - способность оценивать затраты и результаты деятельности организации;

ПК-13 - способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные принципы организации PR-агентства, процесс управления агентством, специфику подбора и управления кадрами, систему менеджмента по направлениям и по проектам агентства. Основы документооборота, договорные отношения с заказчиком и субподрядчиком агентства. Экономическую эффективность агентства на разных стадиях его развития. Налогообложение. Понятие форм организации бизнеса (ООО, ЗАО, ОАО, ИП), понятие лизинга и франчайзинга. Особенности правовых отношений в коммуникационной деятельности. Управление персоналом.

Уметь:

- разработать бизнес-идею PR-агентства; разработать концепцию плана создания и развития агентства; планировать финансовые показатели работы; создать стратегический план продвижения агентства; заполнять договорные документы в соответствии с видом требуемых работ в агентстве.

Владеть:

- навыками анализа рынка, планирования деятельности агентства.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.