**Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины**

**«ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА PR В ИНДУСТРИИ МОДЫ»**

**Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в индустрии моды**

**1. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:**

**ОПК-4** - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

**ОПК-5** - умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

**ПК-1** - способность 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-2** - владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

**ПК-3** - владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;

**ПК-8 -** способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

**2. Содержание учебной дисциплины**

|  |  |
| --- | --- |
| **№ п/п** | **Разделы учебной дисциплины** |
| **Семестр №13** | |
|  | Паблик рилейшнз: сущность, методы, задачи, цели, функции и основные принципы PR |
|  | Структура научного знания о связях с общественностью |
| **Семестр №14** | |
|  | Подготовка и проведение кампаний PR. |
|  | Связи с общественностью в современном мире: общая характеристика |

**3. Форма контроля: дифференцированный зачет**