1. **Название программы:** *«Организация деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью"*
2. **Ориентировочная стоимость программы**: 4 300 руб.
3. **Целевая аудитория (уровень подготовки слушателей):** лица, имеющие среднее, среднее профессиональное или высшее образование; обучающиеся по программам среднего профессионального или высшего образования.
4. **Продолжительность обучения:** 16 часов.
5. **Форма обучения:** очно-заочная.
6. **Основные преподаватели, проводящие программу:**

*Плетнева Наталья Александровна*, к.э.н., доцент Высшей торгово-экономической школы ИПМЭиТ.

1. **Документ, выдаваемый по итогам обучения:** сертификат установленного образца.
2. **Аннотация курса, основные цели и перечень знаний и навыков по итогам обучения:**

Содержание курса:

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Организация деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью», в отличие от методик, применяемых в образовательном процессе, имеет ярко выраженную практическую ориентацию, что позволяет максимально быстро перейти к отработке практических навыков в области разработки и проведения рекламных и PR-кампаний.

Целью реализации дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы является удовлетворение образовательных потребностей и интересов обучающихся в изучении отдельных аспектов маркетинговых коммуникаций.

Знания и умения, получаемые в результате обучения:

* знать основные принципы рекламной и PR- деятельности; функции рекламных и PR-агентств, отделов рекламы и связей с общественностью фирм и организаций; нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность и деятельность по связям с общественностью; методы планирования, организации, контроля функционирования в рекламных и PR–агентствах, отделах рекламы и связей с общественностью фирм и организаций;
* уметь осуществлять самостоятельную работу в области изучения и анализа деятельности рекламных и PR-агентств, отделов рекламы и связей с общественностью фирм и организаций, рекламного рынка в целом; проводить мониторинг рекламной и PR-деятельности региона; осуществлять взаимодействие со СМИ, медиа- и продакшн-агентствами; составлять план проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью; составлять рабочую документацию: креативный бриф, медиаплан-бюджет и др.; оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

Учебный план:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Тема | Количество часов |
| 1 | Среда деятельности отделов рекламы и связей с общественностью | 4 |
| 2 | Правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью | 4 |
| 3 | Медиа-планирование рекламных и PR-кампаний | 4 |
| 4 | Креативное планирование рекламных и PR-кампаний | 4 |
| Итого |  | 16 |

1. **Форма итогового контроля:** зачет.
2. **Контакты:**КитьковаЕленаРэмовна,

 тел. 297-44-78, е-mail: cdo.ipmet@spbstu.ru