

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.10.2023 11:40:30
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e72ee127a81177

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью

Уровень образования	магистратура	
Направление подготовки	42.04.01	Реклама и связи с общественностью
Профиль	Коммуникационный менеджмент	
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года	
Формы обучения	Очная, очно-заочная	

Учебная дисциплина «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью» изучается в первом Модуле первый семестр.

1.1. Форма промежуточной аттестации

экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью» является изучение студентами планирования и организации публичных кампаний в сфере массовых коммуникаций; формирование знаний, касающихся значимости стратегического планирования при разработке комплексных коммуникативных кампаний, критериев оценки их эффективности; а также роли рекламы и связей с общественностью в эффективном позиционировании и продвижении субъектов рыночной деятельности; исследование механизмов формирования общественного мнения в процессе реализации кампании; овладение студентами практическими навыками проведения кампании в области рекламы и связи с общественностью.

1.4. Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ИД-ОПК-1.1 Планирование, организация и координация процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Отслеживание и учет изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>-планирует, организывает и координирует процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>-отслеживает и учитывает изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;</p>
	<p>ИД-ОПК-1.2 Создание востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Отслеживание изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при планировании и реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью</p>	<p>- создаёт востребованные обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационные продукты.</p> <p>- отслеживает изменения норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при планировании и реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью;</p>
<p>ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИД-ОПК-5.3 Анализ принимаемых управленческих решений с правовых и нравственных позиций; осуществлять самоанализ своей профессиональной деятельности, добиваться поставленных целей</p>	<p>реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>- анализирует принимаемые управленческие решения с правовых и нравственных позиций; осуществляет самоанализ своей профессиональной деятельности, добивается поставленных целей;</p> <p>-составляет стратегические планы рекламно-коммуникационных мероприятий;</p>
<p>ПК-3 Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий,</p>	<p>ИД-ПК-3.1 Составление стратегических планов рекламно-коммуникационных мероприятий</p>	<p>- составляет стратегические планы рекламно-коммуникационных мероприятий;</p>
	<p>ИД-ПК-3.2 Реализация стратегических планов рекламно-коммуникационных</p>	<p>- реализует стратегические планы рекламно-</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
обеспечение их качества и эффективности	мероприятий	коммуникационных мероприятий.

1.5. Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану составляет:

Очная форма обучения	5	з.е.	180	час.
Очно-заочная форма обучения	5	з.е.	180	час.