

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 21.03.2019 09:38:03
 Уникальный программный ключ:
 8df276ee93e17c18e7bee9e/cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Кросскультурные аспекты рекламных кампаний»

Уровень образования

бакалавриат

Направление

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

подготовки/Специальность

Направленность

Рекламные технологии в медиаиндустрии

(профиль)/Специализация

Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения

4 года

Форма(-ы) обучения

очная

Учебная дисциплина «Кросскультурные аспекты рекламных кампаний» изучается в седьмом семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект –не предусмотрен (а)

Форма промежуточной аттестации - зачет

1.1. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Кросскультурные аспекты рекламных кампаний» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений

Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью/целями изучения дисциплины «Кросскультурные аспекты рекламных кампаний» являются:

– формирование представлений о месте, роли и значении основ знания о кросскультурных аспектах рекламных кампаний;

– формирования навыка применения базовых знаний к решению задач в профессиональных сфере ;

– формирования навыка применения базовых знаний к условиям адаптации в коллективе;

– формирование у обучающихся компетенции(-й), установленной(-ых) образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине (модулю);

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины (модуля).

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом технологий медиарилейнз в традиционных и новых СМИ	ИД-ПК-3.1 Использование основных технологий копирайтинга при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью в онлайн и офлайн среде
	ИД-ПК-3.2 Применение основных технологий организации коммуникационных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ИД-ПК-3.3 Разработка авторских медиапланов и (или) медиапрограмм с применением современных цифровых технологий

Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	------	----	------