

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 20.09.2023 12:29:09
 Уникальный программный ключ:
 8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab8243

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Интегрированные коммуникации в рекламе и PR

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года/ 4 года 11 месяцев
Форма(-ы) обучения	очная/заочная

Учебная дисциплина «Интегрированные коммуникации в рекламе и PR» изучается в третьем семестре очной формы обучения и на 4 курсе заочной формы обучения.
 Курсовая работа – не предусмотрена.

- 1.1. Форма промежуточной аттестации: экзамен
- 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

- 1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Интегрированные коммуникации в рекламе и PR» является усвоение современных теоретических представлений о сущности интегрированных коммуникаций, основные методы и приемы, используемые в практике рекламы и связей с общественностью: обучение навыкам владения современными технологиями подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере маркетинговых технологий, рекламы и технологий по связям с общественностью.

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.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-5; Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД-ОПК-5.1 Выявление тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
	ИД-ОПК-5.2 Осуществление профессиональных действий в сфере рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-3; Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере	ИД-ПК-3.1 Обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии для разработки концепции продвижения продукта/услуги ИД-ПК-3.3 Разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию
ПК-4 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИД-ПК-4.1 Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИД-ПК-4.2 Использование типовых алгоритмов разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	144	час.
по заочной форме обучения –	4	з.е.	144	час.