|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Интегрированные коммуникации в рекламе и PR** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | [42.03.01](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70480868/420301) | 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 | |
| Форма(-ы) обучения | очная/заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Интегрированные коммуникации в рекламе и PR» изучается в пятом семестре, в очной форме и на 4 курсе заочной формы обучения.
      2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации: экзамен

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Целью освоения дисциплины «Интегрированные коммуникации в рекламе и PR» является освоение студентами основных теоретических и практических аспектов
      2. использования рекламных технологий и технологий по связям с общественностью, а также их
      3. интегрированное использование.
      4. 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 |
| 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.** | 108 | **час.** |
| по заочной форме обучения – | 4 | **з.е.** | 108 | **час.** |