

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.09.2023 14:27:41
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82e5

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Семиотика в рекламе и связях с общественностью

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

Учебная дисциплина «Семиотика в рекламе и связях с общественностью» изучается в третьем семестре.

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 «Семиотика в рекламе и связях с общественностью» является изучение функционирования рекламы и связей с общественностью, как знакового, социального и эстетического феномена, формирование представления о семиотике – науке о знаках и символах, которая является фундаментальной базой для изучения всех аспектов рекламной и Пр деятельности.

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. ИД-УК-5.1; ИД-УК-5.2; ИД-ПК-4.2; ИД-ПК-4.3

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИД-УК-5.1 Анализ современного состояния общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	ИД-УК-5.2 Построение социального и профессионального общения с учетом исторического наследия, культурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий
ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИД-ПК-4.2 Использование типовых алгоритмов разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	ИД-ПК-4.3 Организация внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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