|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯРАБОЧЕЙ 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 интегрированное использование.
			3. 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-5.1Выявление тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулированияИД-ОПК-5.2Осуществление 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-3.1Обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии для разработки концепции продвижения продукта/услугиИД-ПК-3.3Разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию |
| ПК-4Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ИД-ПК-4.1 Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегииИД-ПК-4.2Использование 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.** |