

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 16:01:33  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7ca0ca0eab014

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Технологии создания коммерческого имени и рекламного текста

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
Форма(-ы) обучения	заочная

Учебная дисциплина «Технологии создания коммерческого имени и рекламного текста» изучается на четвертом курсе.

Курсовая работа – не предусмотрена.

- 1.1. Форма промежуточной аттестации: зачет
- 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 «Технологии создания коммерческого имени и рекламного текста» является – дать студентам основные теоретические и практические знания в области технологий создания коммерческого рекламного имени и рекламного текста; научить студентов применять полученные знания в практической работе с рекламными текстами разных жанров; сформировать у них базовые профессиональные компетенции, необходимые для эффективной практической рекламной деятельности в этих областях.

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
ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования, интерпретировать их результаты, разрабатывать практически значимые рекомендации, использовать результаты исследований для	ИД-ПК-1.1 Организация и проведение маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
	ИД-ПК-1.2 Применение современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий для обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
планирования рекламных и PR-кампаний, реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта	<p>ИД-ПК-1.3 Использование математического аппарата для обработки и интерпретации результатов исследования</p> <p>ИД-ПК-1.4 Обоснование методологии и методов исследования, разработка алгоритмов и организация исследования</p>
УК-2	<p>ИД-УК- 2.2. Оценка решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля</p> <p>ИД-УК- 2.4. Представление результатов проекта, предложение возможности их использования и/или совершенствования в соответствии с запланированными результатами</p>

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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