

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:06:05
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c1a2e1a2e1a2e1a2e1a

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Планирование и организация рекламной кампании для продвижения бренда

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 «Планирование и организация рекламной кампании для продвижения бренда» изучается на очной форме в шестом семестре третьего курса.

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 «Планирование и организация рекламной кампании для продвижения бренда» является выработка у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.

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
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД-УК-1.1 Анализ поставленной задачи с выделением ее базовых составляющих; определение, интерпретация и ранжирование информации, необходимой для решения поставленной задачи

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Способен применять в медиапланировании основные технологические решения, приёмы и методы онлайн и оффлайн коммуникации, маркетинговые технологии для планирования рекламных и PR-кампаний и реализации коммуникационного продукта	ИД-ПК-1.2 Применение основных технологических решений, приёмов и методов онлайн и оффлайн коммуникаций при планировании рекламных и PR-кампаний
ПК-4 Способен участвовать в реализации медиакампаний и медиапроектов с применением современных технологий в различных сферах деятельности	ИД-ПК-4.2 Использование современных подходов при разработке медиакампаний и медиапроектов в различных сферах деятельности
ПК-5 Способен разрабатывать авторские проекты с учетом специфики различных медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД-ПК-5.2 Анализ целевой аудитории, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики
	ИД-ПК-5.3 Соблюдение Законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации

1. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
---------------------------	---	-------------	-----	-------------