

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 16:33:26
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7eac0f994b343

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

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

Учебная дисциплина «Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью» изучается в седьмом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации: экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: учебная дисциплина относится к элективным дисциплинам, формируемым участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью» является изучение основных принципов, методов, инструментов и технологий, используемых в цифровом маркетинге; формирование знаний основных средств и инструментов продвижения в сети Интернет, ориентированных на различные целевые аудитории, в том числе, обучение работе с социальными медиа и другим каналами офлайн и онлайн коммуникаций.

Изучение будет способствовать формированию умений делать выбор среди современных цифровых инструментов для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы Интернет-рекламы и веб-аналитики; развитию навыков анализа и принятия решений на основе больших данных усвоению основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в сети Интернет.

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 применять современные инструменты, методы, технологии при разработке стратегии продвижения проекта в медиаиндустрии.	ИД-ПК-1.1 Применение маркетинговых инструментов и технологий при планировании и производстве коммуникационного продукта.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом технологий медиарелейшнз в традиционных и новых СМИ.	ИД-ПК-3.2 Применение основных технологий организации коммуникационных мероприятий в работе с различными целевыми группами.
ПК-4 Способен использовать результаты маркетинговых исследований при планировании рекламных и (или) PR-кампаний для создания коммуникационного продукта с применением современных маркетинговых технологий	ИД-ПК-4.1 Использование современных маркетинговых технологий и результатов исследований при планировании и реализации коммуникационных кампаний.

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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