

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 16:48:58
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и пиар в индустрии моды

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Периодические издания и мультимедийная журналистика
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Ведение телевизионных программ
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Радиожурналистика
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Режиссура телевизионных и мультимедийных проектов
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Звукорежиссура
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Операторское дело, режиссура монтажа
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Учебная дисциплина «Реклама и пиар в индустрии моды» изучается в четвертом семестре.

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 (майнор).

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Реклама и пиар в индустрии моды» является:

- организация и проведение маркетинговых исследований в индустрии моды, направленных на разработку и реализацию коммуникационного fashion-продукта;
- обработка и интерпретация результатов маркетинговых исследований в индустрии моды с применением современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий;
- обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии для разработки концепции продвижения fashion-продукта/услуги в индустрии моды;

- разработка плана коммуникационных fashion-мероприятий и определение размера расходов на их реализацию;
- создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации в индустрии моды и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- создание информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в модной индустрии в оффлайн и онлайн среде;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

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
ДПК-18 Способен организовывать рекламные кампании в индустрии моды с учетом современных тенденций и специфики отрасли	ИД-ДПК-18.3 Применение методов и приемов построения рекламной кампании для организации продвижения брендов в индустрии моды
	ИД-ДПК-18.4 Предложение творческого решения в рамках реализации рекламной кампании модного бренда

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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