

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 16:06:04  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Интегрированные коммуникации в рекламе и PR**

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 обучения	Очная	

Учебная дисциплина «Инновации в рекламе и PR» изучается в шестом семестре очной формы обучения.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:  
зачет

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к факультативным дисциплинам.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Инновации в рекламе и PR» является изучение инновационных методов и технологий выстраивания коммерческих коммуникаций и формирование компетенций, необходимых для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретические аспекты инновационной деятельности;
- описать современные тенденции в развитии рекламной индустрии;
- рассмотреть инновационные технологии в рекламной и PR -практиках.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД-УК-2.1 Анализ план-графика реализации проекта в целом и выбор оптимального способа решения поставленных задач, поиск альтернативных вариантов для достижения намеченных результатов	Анализирует план-график реализации проекта в целом, Выбирает и оптимизирует способы решения поставленных задач, осуществляет поиск альтернативных вариантов для достижения намеченных результатов
	ИД-УК-2.2 Оценка решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля	Оценивает выбор решения поставленных задач и его последствия в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля
ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИД-ПК-2.2 Применение основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

по очной форме обучения	2	з.е.	64	час.
по заочной форме обучения	2	з.е.	64	час.