

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.06.2025 16:33:25  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e1a1105a33

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Инновационные технологии 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 «Инновационные технологии 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 «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью» является изучение теоретических аспектов инновационной деятельности; инновационных методов и технологий выстраивания коммуникации в рекламной и PR –практиках.

Изучение дисциплины будет способствовать формированию компетенций, необходимых для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик при планировании и реализации коммуникационных кампаний.

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<br>Способен применять современные инструменты, методы, технологии при разработке стратегии продвижения проекта в медиаиндустрии. | ИД-ПК-1.1<br>Применение маркетинговых инструментов и технологий при планировании и производстве коммуникационного продукта.   |
| ПК-3<br>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом технологий медиарилейшнз в традиционных и новых СМИ.                    | ИД-ПК-3.2<br>Применение основных технологий организации коммуникационных мероприятий в работе с различными целевыми группами. |

| Код и наименование компетенции                                                                                                                                                                                | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-4<br>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<br>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. |
|---------------------------|---|------|-----|------|