

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:01:33
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Креативные технологии 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 коммерческой сфере	
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года	
Форма(-ы) обучения	заочная	

Учебная дисциплина «Креативные технологии в рекламе и PR» изучается в шестом семестре. Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации

Экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к обязательной части

Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Креативные технологии в рекламе и PR» является подготовка специалистов, способных на базовом уровне оценивать рыночную ситуацию заданного сегмента, планировать и контролировать набор маркетинговых исследований, соответствующих маркетинговой стратегии компании и рыночной ситуации

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:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД-ОПК-4.1 Изучение социологических данных и их соотнесение с запросами и потребностями общества и отдельных целевых групп / групп общественности	Способен отвечать на запросы и потребности целевой аудитории и общества в целом. Обладает навыками изучения социологических данных и их соотнесения с запросами общества, а также отдельных целевых групп. Применяет основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.
	ИД-ОПК-4.2 Использование основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности	

	ИД-ОПК-4.3 Учет основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и (или) связей с общественностью	
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	Способен применять на практике основные технологии маркетинговых коммуникаций в процессе разработки и реализации коммуникационного продукта Применяет креативные подходы при формировании концепции и идеи коммуникационного продукта
	ИД-ПК-2.3 Применение креативных подходов при разработке концепции/идеи коммуникационного продукта	

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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