

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:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82474

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(-ы) обучения	Очная	

Учебная дисциплина «Интегрированные коммуникации в рекламе и PR» изучается в третьем семестре очной формы обучения.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации

Экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Интегрированные коммуникации в рекламе и PR» является усвоение современных теоретических представлений о сущности интегрированных коммуникаций, как вида профессиональных технологий и элемента медиакоммуникационной системы, объединяющих инструменты рекламы и связей с общественностью; сформировать представление о формах и видах коммуникационных технологий с разными группами общественности; освоить компетенции необходимые при разработке, планировании и реализации интегрированных коммуникационных кампаний и оценки их результатов

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
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИД-ОПК-5.1 Выявление тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>Выявляет тенденции развития медиакоммуникационных систем, определяет их специфику исходя из масштаба и локации, учитывая политические и экономические факторы влияния, правовые и этические нормы регулирования</p>
	<p>ИД-ОПК-5.2 Осуществление профессиональных действий в сфере рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Осуществляет профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе разрабатывая и реализуя интегрированные коммуникационные кампании, с учетом специфики функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>
	<p>ИД-ОПК-5.3 Применение интегрированного подхода при формировании коммуникации с использованием современных медиаканалов и медианосителей</p>	<p>Применяет сочетание и интеграцию различных коммуникационных технологий при решении профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью с использованием современных медиаканалов и медианосителей</p>
<p>ПК-3 Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере</p>	<p>ИД-ПК-3.1 Обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии для разработки концепции продвижения продукта/услуги</p>	<p>Формулирует и обосновывает коммуникационные цели и задачи, для разработки стратегии и концепции продвижения с помощью интегрированных коммуникаций продукта или услуги</p>
	<p>ИД-ПК-3.3 Разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию</p>	<p>Разрабатывает план коммуникационных мероприятий, обосновывает выбор каналов коммуникаций, определяет размер расходов на его реализацию</p>
<p>ПК-4 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ИД-ПК-4.1 Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p>	<p>В рамках реализации коммуникационной стратегии осуществляет планирование отдельных мероприятий и акций</p>
	<p>ИД-ПК-4.2 Использование типовых алгоритмов разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p>	<p>Использует типовые алгоритмы разработки интегрированных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>

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

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