

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.06.2025 15:44:55  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Бренд-коллаборации со СМИ

---

|                        |                                                  |
|------------------------|--------------------------------------------------|
| Уровень образования    | бакалавриат                                      |
| Направление подготовки | 42.03.01<br>Реклама и связи с<br>общественностью |

|                                                                       |                                             |
|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Направленность (профиль)                                              | Рекламные<br>технологии в<br>медиаиндустрии |
| Срок освоения<br>образовательной программы<br>по очной форме обучения | 4 года, 4 год 11 мес.                       |
| Форма(-ы) обучения                                                    | Очная, заочная                              |

Учебная дисциплина «Бренд-коллаборации со СМИ » изучается в шестом 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.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Бренд-коллаборации со СМИ » является получение теоретических знаний о принципах построения и деятельности подразделений по рекламе и связям с общественностью в современной организации; формирование у студентов навыков оперативного планирования и оперативного контроля над рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; изучение методов анализа эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

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                                                                                                          | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ПК-4</p> <p>Способен использовать результаты маркетинговых исследований при планировании рекламных и (или) PR-кампаний для создания коммуникационного продукта с применением современных маркетинговых технологий</p> | <p>ИД-ПК-4.1</p> <p>Использование современных маркетинговых технологий и результатов исследований при планировании и реализации коммуникационных кампаний</p> | <p>Умеет использовать современные маркетинговые технологии и применять результаты исследований при планировании и реализации коммуникационных кампаний</p> |
| <p>ПК-4</p> <p>Способен использовать результаты маркетинговых исследований при планировании рекламных и (или) PR-кампаний для создания коммуникационного продукта с применением современных маркетинговых технологий</p> | <p>ИД-ПК-4.2</p> <p>Подготовка основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p>                              | <p>Создает и подготавливает основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p>                               |

|                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ПК-4</p> <p>Способен использовать результаты маркетинговых исследований при планировании рекламных и (или) PR-кампаний для создания коммуникационного продукта с применением современных маркетинговых технологий</p> | <p>ИД-ПК-4.3</p> <p>Проектирование технического задания для стратегического планирования рекламных и PR-кампаний и осуществление мониторинга обратной связи с целевыми группами</p> | <p>Способен к проектированию технического задания для стратегического планирования рекламных и PR-кампаний и осуществление мониторинга обратной связи с целевыми группами</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 1. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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