

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 15:36:05
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9a682440

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии экспертизы рекламных и PR-продуктов

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Рекламные технологии в медиаиндустрии Стратегические коммуникации и бренд-аналитика
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года / 4 года 11 месяцев
Форма(-ы) обучения	очная / заочная

Учебная дисциплина «Технологии экспертизы рекламных и PR продуктов» изучается в седьмом семестре на очной форме / в девятом семестре на заочной форме.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

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 «Технологии экспертизы рекламных и PR продуктов» является предоставление студентам системы знаний по теории и методологии проведения экспертизы рекламных и PR-продуктов; обучение студентов применению методов и процедур проведения экспертизы рекламных и PR-продуктов; обучение студентов методам корректировки рекламных и PR-продуктов на основании результатов экспертизы.

Задачи обучения:

- обеспечить понимание актуальности и востребованности маркетинговой экспертизы рекламных и PR-продуктов в современном обществе;
- сформировать у студентов знания об основных направлениях, теоретико-методических основаниях и технологиях маркетинговой экспертизы рекламных и PR-продуктов;
- научить студентов методам и процедурам проведения маркетинговой экспертизы рекламных и PR-продуктов;
- способствовать познанию и осознанию собственных возможностей (потенциала), заложенных в личности, которые предполагают качественные изменения, необходимые для развития в профессиональной деятельности.

Результатом обучения по дисциплине «Технологии экспертизы рекламных и PR продуктов» является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине, 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 Способен применять современные инструменты, методы, технологии при разработке стратегии продвижения проекта в медиаиндустрии	ИД-ПК-1.1 Применение маркетинговых инструментов и технологий при планировании и производстве коммуникационного продукта;
	ИД-ПК-1.2 Построение типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;
	ИД-ПК-1.3 Разработка стратегии продвижения коммуникационного продукта с учетом специфики медиаплатформ.

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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