

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 15:36:02
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Бренд-коллаборации со СМИ

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)	Рекламные технологии в медиаиндустрии
Срок освоения образовательной программы 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
ПК-4 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 Использование современных маркетинговых технологий и результатов исследований при планировании и реализации коммуникационных кампаний	Умеет использовать современные маркетинговые технологии и применять результаты исследований при планировании и реализации коммуникационных кампаний
ПК-4 Способен использовать результаты маркетинговых исследований при планировании рекламных и (или) PR-кампаний для создания коммуникационного продукта с применением современных маркетинговых технологий	ИД-ПК-4.2 Подготовка основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Создает и подготавливает основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

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

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.