

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 06.05.2024 13:44:36
Уникальный программный ключ:
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b177b881d38f9301d8c2340974f9

АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

**Введение в коммуникационные специальности
для направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

профиль (направленность) «Современные коммуникации и реклама»

Уровень бакалавриата

Квалификация выпускника

Бакалавр

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.

Цель учебной дисциплины формирование компетенций в овладении базовых теоретических и практических знаний в сфере коммуникационных технологий рекламы и связей с общественностью на базе работы рекламных агентств и рекламных отделов организаций, изучении особенностей технологий овладения формами и методами работы на рынке рекламы.

Задачи учебной дисциплины:

- овладеть базовыми теоретическими и практическими знаниями в сфере коммуникационных технологий рекламы и связей с общественностью;
- ознакомиться с особенностями технологий, формами и методами работы на рынке рекламы

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина является обязательным элементом части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ОПОП.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-1, ПКО-1.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
		ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ПКО-1.	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и	ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей

	мероприятий	деятельности от-дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
		ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
		ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

1.4. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 5 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		1
Аудиторные учебные занятия, всего	48	48
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	16	16
Практические занятия	32	32
Самостоятельная работа обучающихся, всего	87	87
В том числе:		
Самоподготовка	47	47
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)	9	Экзамен
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	4/144	144

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		1
Аудиторные учебные занятия, всего	32	32
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	16	16
Практические занятия	16	16
Самостоятельная работа обучающихся, всего	103	103
В том числе:		
Самоподготовка	63	63
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)	9	Экзамен
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	4/144	144

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		1
Аудиторные учебные занятия, всего	12	12
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	6	6
Практические занятия	6	6
Самостоятельная работа обучающихся, всего	123	123
В том числе:		
Самоподготовка	83	83
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)	9	Экзамен
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	4/144	144

1.5. Содержание учебной дисциплины

№ п/п	Модуль, раздел (тема)
1	Тема 1. Место и роль отделов рекламы и связей с общественностью в общей структуре предприятия
2	Тема 2. Исследовательская деятельность в отделах рекламы и PR
3	Тема 3. Аналитическая деятельность отделов рекламы и PR
4	Тема 4. Взаимодействие со СМИ, агентствами и профессиональными организациями.