

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о государственном аккредитованном некоммерческом частном образовательном учреждении высшего образования

ФИО: Агабеян Раиса Левоновна

образования

Должность: ректор

«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

Дата подписания: 28.09.2023 12:52:36

(г. Краснодар)

Уникальный программный ключ:

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,

доцент Севрюгина Н.И.

17 апреля 2023

Б1.В.04

Создание рекламы с использованием компьютерных технологий

Анотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**

Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Программу составил(и): к.т.н., доцент Сорокина В.В.

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		7 (4.1)		Итого	
	Неделя		12 5/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	24	24	40	40
Практические	32	32	48	48	80	80
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)			0,3	0,3	0,3	0,3
Контактная работа на аттестации	0,2	0,2			0,2	0,2
Консультации перед экзаменом			1		1	
Итого ауд.	48	48	72	72	120	120
Контактная работа	48,2	48,2	73,3	72,3	121,5	120,5
Сам. работа	23,8	169	36		59,8	169
Часы на контроль			34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	72	217,2	144	107	216	324,2

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения дисциплины - приобретение обучающимися знаний о видах, способах производства рекламного и имиджевого контента в социальных сетях и мессенджерах.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Интернет-технологии в связях с общественностью
2.1.2	Теория и практика рекламы
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Психология рекламы и связей с общественностью
2.2.2	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4: Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-7: Профессиональная компетенция**Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)****ПК-7.1: Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью****Знать:**

в общем виде знает специфику типовых алгоритмов рекламных и PR-проектов

хорошо знает специфику типовых алгоритмов рекламных и PR-проектов

отлично знает специфику типовых алгоритмов рекламных и PR-проектов

Уметь:

в общем виде разрабатывать типовые алгоритмы для рекламных и PR-проектов

хорошо разрабатывать типовые алгоритмы для рекламных и PR-проектов

отлично разрабатывать типовые алгоритмы для рекламных и PR-проектов

Владеть:

в общем виде владеть навыками разработки типовых алгоритмов рекламных и PR-проектов

хорошо владеть навыками разработки типовых алгоритмов рекламных и PR-проектов

отлично владеть навыками разработки типовых алгоритмов рекламных и PR-проектов

ПК-7.2: Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью**Знать:**

в общем виде знать специфику документации по сопровождению рекламных и PR-проектов

хорошо знать специфику документации по сопровождению рекламных и PR-проектов

отлично знать специфику документации по сопровождению рекламных и PR-проектов

Уметь:

в общем виде уметь создавать сопроводительную документацию для рекламных и PR-проектов

хорошо уметь создавать сопроводительную документацию для рекламных и PR-проектов

отлично уметь создавать сопроводительную документацию для рекламных и PR-проектов

Владеть:

В общем виде владеть навыками составления сопроводительной документации для рекламных и PR-проектов

хорошо владеть навыками составления сопроводительной документации для рекламных и PR-проектов

отлично владеть навыками составления сопроводительной документации для рекламных и PR-проектов

ПК-7.3: Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта**Знать:**

в общем виде знать специфику исследования для планирования рекламных и PR-кампаний

хорошо знать специфику исследования для планирования рекламных и PR-кампаний

отлично знать специфику исследования для планирования рекламных и PR-кампаний

Уметь:

в общем виде уметь проводить исследования для планирования рекламных и PR-кампаний

хорошо уметь проводить исследования для планирования рекламных и PR-кампаний
отлично уметь проводить исследования для планирования рекламных и PR-кампаний
Владеть:
в общем виде владеть навыками проведения исследований для планирования рекламных и PR-кампаний
хорошо владеть навыками проведения исследований для планирования рекламных и PR-кампаний
отлично владеть навыками проведения исследований для планирования рекламных и PR-кампаний
ПК-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Знать:
в общем виде знать специфику реализации коммуникационного продукта в онлайн-среде
хорошо знать специфику реализации коммуникационного продукта в онлайн-среде
отлично знать специфику реализации коммуникационного продукта в онлайн-среде
Уметь:
в общем виде уметь реализовывать коммуникационные продукты в онлайн-среде
хорошо уметь реализовывать коммуникационные продукты в онлайн-среде
отлично уметь реализовывать коммуникационные продукты в онлайн-среде
Владеть:
в общем виде владеть навыками создания коммуникационных продуктов в онлайн-среде
хорошо владеть навыками создания коммуникационных продуктов в онлайн-среде
отлично владеть навыками создания коммуникационных продуктов в онлайн-среде
ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
Знать:
в общем виде знать специфику подготовки текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
хорошо знать специфику подготовки текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
отлично знать специфику подготовки текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
Уметь:
в общем виде уметь создавать рекламные и PR-тексты в онлайн-среде
хорошо уметь создавать рекламные и PR-тексты в онлайн-среде
отлично уметь создавать рекламные и PR-тексты в онлайн-среде
Владеть:
в общем виде владеть навыками создания рекламных и PR-текстов в онлайн-среде
хорошо владеть навыками создания рекламных и PR-текстов в онлайн-среде
отлично владеть навыками создания рекламных и PR-текстов в онлайн-среде
ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Знать:
в общем виде знать основные технологии организации специальных мероприятий
хорошо знать основные технологии организации специальных мероприятий
отлично знать основные технологии организации специальных мероприятий
Уметь:
в общем виде уметь применять основные технологии организации специальных событий
хорошо уметь применять основные технологии организации специальных событий
отлично уметь применять основные технологии организации специальных событий
Владеть:
в общем виде владеть технологиями организации специальных событий
хорошо владеть технологиями организации специальных событий
отлично владеть технологиями организации специальных событий
ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Знать:
в общем виде знать специфику формирования корпоративной культуры
хорошо знать специфику формирования корпоративной культуры
отлично знать специфику формирования корпоративной культуры

Уметь:
в общем виде уметь использовать инструменты внутренних коммуникаций в формировании корпоративной культуры
хорошо уметь использовать инструменты внутренних коммуникаций в формировании корпоративной культуры
отлично уметь использовать инструменты внутренних коммуникаций в формировании корпоративной культуры
Владеть:
в общем виде владеть навыками использования инструментов внутренних коммуникаций в формировании корпоративной культуры
хорошо владеть навыками использования инструментов внутренних коммуникаций в формировании корпоративной культуры
отлично владеть навыками использования инструментов внутренних коммуникаций в формировании корпоративной культуры
ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Знать:
в общем виде знает специфику основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки рекламных и PR-текстов
хорошо знает специфику основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки рекламных и PR-текстов
отлично знает специфику основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки рекламных и PR-текстов
Уметь:
в общем виде умеет создавать рекламных и PR-тексты с использованием цифровых технологий
хорошо умеет создавать рекламных и PR-тексты с использованием цифровых технологий
отлично умеет создавать рекламных и PR-тексты с использованием цифровых технологий

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
	в общем виде знает специфику типовых алгоритмов рекламных и PR-проектов
	в общем виде знает специфику документации по сопровождению рекламных и PR-проектов
	в общем виде знает специфику исследования для планирования рекламных и PR-кампаний
	в общем виде знает специфику реализации коммуникационного продукта в онлайн-среде
	в общем виде знает специфику подготовки текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
	в общем виде знает основные технологии организации специальных мероприятий
	в общем виде знает специфику формирования корпоративной культуры
	в общем виде знает специфику основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки рекламных и PR-текстов
3.2	Уметь:
	в общем виде разрабатывать типовые алгоритмы для рекламных и PR-проектов
	в общем виде уметь создавать сопроводительную документацию для рекламных и PR-проектов
	в общем виде уметь проводить исследования для планирования рекламных и PR-кампаний
	в общем виде уметь реализовывать коммуникационные продукты в онлайн-среде
	в общем виде уметь создавать рекламные и PR-тексты в онлайн-среде
	в общем виде уметь применять основные технологии организации специальных событий
	в общем виде уметь использовать инструменты внутренних коммуникаций в формировании корпоративной культуры
	в общем виде умеет создавать рекламных и PR-тексты с использованием цифровых технологий
3.3	Владеть:
	в общем виде владеть навыками разработки типовых алгоритмов рекламных и PR-проектов
	В общем виде владеть навыками составления сопроводительной документации для рекламных и PR-проектов
	в общем виде владеть навыками проведения исследований для планирования рекламных и PR-кампаний
	в общем виде владеть навыками создания коммуникационных продуктов в онлайн-среде
	в общем виде владеть навыками создания рекламных и PR-текстов в онлайн-среде
	в общем виде владеть технологиями организации специальных событий
	в общем виде владеть навыками использования инструментов внутренних коммуникаций в формировании корпоративной культуры