

Документ подписан простой электронной подписью

Информационно-образовательное учреждение высшего образования
Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

образования

Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

Дата подписания: 28.09.2023 12:41:12

(г. Краснодар)

Уникальный программный ключ:

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,

доцент Севрюгина Н.И.

17 апреля 2023

ФТД.02

История рекламы и связей с общественностью

Анотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций
Учебный план	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная
Программу составил(и):	Кандидат исторических наук, Заведующий кафедрой рекламы и дизайна; член ученого совета, Малиш Марьяна Адамовна

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	4	16	4
Практические	16	4	16	4
Контактная работа на аттестации	0,2		0,2	
Итого ауд.	32	8	32	8
Контактная работа	32,2	8	32,2	8
Сам. работа	39,8	60	39,8	60
Итого	72	68	72	68

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» является овладение студентами прочными знаниями в области «public relations», постижение механизма построения коммуникационных связей между обществом и субъектами политического и экономического процесса.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	ФТД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
2.1.2	История (история России, всеобщая история)
2.1.3	Культурология
2.1.4	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.1.5	Математика
2.1.6	Теория и практика рекламы
2.1.7	Теория и практика связей с общественностью
2.1.8	Всемирная история
2.1.9	Компьютерные технологии и информатика
2.1.10	Теория и практика рекламы
2.1.11	Теория и практика связей с общественностью
2.1.12	Теория и практика связей с общественностью
2.1.13	Математика
2.1.14	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.1.15	Основы журналистики
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Связи с общественностью в органах власти» опираются такие дисциплины как «Медиаанализ и медиапланирование», «Современный бизнес рекламы и связей с общественностью»,
2.2.2	«Текст в связях с общественностью»
2.2.3	Медиаанализ и медиапланирование
2.2.4	Организация и проведение коммуникационных кампаний
2.2.5	Производственная практика: профессионально-творческая практика
2.2.6	Интернет-технологии в связях с общественностью
2.2.7	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
2.2.8	Всемирная история
2.2.9	Теория и практика связей с общественностью
2.2.10	Теория и практика связей с общественностью
2.2.11	Всемирная история
2.2.12	Теория и практика рекламы
2.2.13	Всемирная история
2.2.14	Математика
2.2.15	Компьютерные технологии и информатика
2.2.16	Основы журналистики
2.2.17	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.2.18	Логика
2.2.19	Медиаанализ и медиапланирование
2.2.20	Производственная практика: профессионально-творческая практика
2.2.21	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.22	Производственная практика: преддипломная практика
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	

Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен**

3.1	Знать:
3.2	Уметь:
3.3	Владеть: