

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
Информация о владельце: Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
ФИО: Агабекян Раиса Левониковна (г. Краснодар)
Должность: ректор (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
Дата подписания: 01.04.2024 08:04:06
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
доцент Севрюгина Н.И.
25.12.2023

Б1.В.04

Создание рекламы с использованием компьютерных технологий

Аннотация 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 **заочная**
Программу составил(и):

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		5		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	2	2	10	10	12	12
Практические			20	20	20	20
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)			0,5	0,5	0,5	0,5
Итого ауд.	2	2	30	30	32	32
Контактная работа	2	2	30,5	30,5	32,5	32,5
Сам. работа	34	34	137	137	171	171
Часы на контроль			12,5	12,5	12,5	12,5
Итого	36	36	180	180	216	216

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-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
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

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:
в общем виде знать специфику реализации коммуникационного продукта в онлайн-среде
в общем виде знать специфику подготовки текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн-среде
в общем виде знать основные технологии организации специальных мероприятий
в общем виде знать специфику формирования корпоративной культуры
в общем виде знает специфику основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки рекламных и PR-текстов
в общем виде знает специфику типовых алгоритмов рекламных и PR-проектов
в общем виде знать специфику документации по сопровождению рекламных и PR-проектов
в общем виде знать специфику исследования для планирования рекламных и PR-кампаний
3.2 Уметь:
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
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
3.3 Владеть:
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
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