

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
Информация о владельце: (г. Краснодар)
ФИО: Агабекян Раиса Левковна «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
Должность: ректор (г. Краснодар)
Дата подписания: 01.04.2024 08:04:07 (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

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

ФТД.02

История рекламы и связей с общественностью

Аннотация 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	заочная
Программу составил(и):	Кандидат исторических наук, Заведующий кафедрой рекламы и дизайна; член ученого совета, Малиш Марьяна Адамовна

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		2		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	2	2	2	2	4	4
Практические			4	4	4	4
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)			0,2		0,2	
Итого ауд.	2	2	6	6	8	8
Контактная работа	2	2	6,2	6	8,2	8
Сам. работа	34	34	26	26	60	60
Часы на контроль			3,8	3,8	3,8	3,8
Итого	36	36	36	35,8	72	71,8

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: