

**АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.12.02
«Инновационные технологии в рекламе и ПР»**

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы (144 часа, из них – 24,5 контактных часов: лекционных 8 ч., практических 16 ч.; 107 часов самостоятельной работы; 12,5 часов контроль, 0,5 ч. ИКР)

Цель освоения дисциплины - изучить инновационные методы и технологии выстраивания коммерческих коммуникаций и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретические аспекты инновационной деятельности;
- описать современные тенденции в развитии рекламной индустрии
- рассмотреть инновационные технологии в рекламной и ПР-практиках.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Базовая часть. Профессиональный цикл» учебного плана по направлению подготовки ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Знания, умения и навыки, сформированные при овладении дисциплиной необходимы для успешного изучения таких курсов, как «Рекламный менеджмент», «Маркетинг», «Социология рекламной деятельности», «Креатив в рекламе», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Психология рекламной деятельности».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *обще*профессиональных / профессиональных компетенций (ОПК/ПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-6	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной	алгоритмы анализа информации	воспринимать, обобщать, анализировать информацию	способностью воспринимать, обобщать, анализировать информацию

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		безопасности			
2.	ПК-5	способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации	Специфику реализации инновационных проектов и методов рекламы ПР	Реализовывать инновационные проекты в сфере рекламы и ПР	Навыками реализации инновационных проектов в области рекламы и ПР
3.	ПК-14	способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Специфику реализации знания в области реализации инновационных проектов в области рекламы и ПР	Реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Навыками использования актуальных знаний в области инновационной рекламной и ПР-деятельности

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические аспекты инновационной деятельности	16	1	1		14
2.	Современные тенденции развития рекламного рынка	16	1	1		14
3.	Современные принципы брендинга	16	1	1		14
4.	Инновации в рекламе	16	1	1		14
5.	Инновации в ПР	15		1		14
6.	Реклама в соцсетях	15		1		14
7.	ПР в соцсетях	15		1		14
8.	Связи с общественностью корпорации в 21в. <i>Итоговое занятие</i>	10		1		9
	<i>Итого по дисциплине:</i>		8	16		107

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет, экзамен

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публичность, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56212>

Автор (ы) РПД канд.филол. наук, доц. Немец Г.Н.