

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ»

#### Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Основы рекламы» является формирование у студентов знаний теории, истории и практики рекламы, типологии каналов передачи рекламного сообщения и основных приемов создания медиатекстов в соответствии с нормами языка, а также освоение практических навыков использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов.

#### Задачи изучения дисциплины:

- освоение основ теории, истории и практики рекламы;
- ознакомление с терминологической базой рекламы;
- изучение особенностей видов рекламы и каналов передачи рекламного сообщения;
- изучение основных приемов написания медиатекстов;
- формирование профессиональных навыков в области рекламы.

#### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<b>ОПК-2</b> Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом	ИОПК 2.1 Имеет представление о структуре и потенциале рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий ИОПК 2.2 Проводит исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий ИОПК 2.3 Выбирает рациональные решения для управления бизнесом	<b>Знать:</b> основы рекламы. <b>Уметь:</b> применять знания основ рекламы. <b>Владеть:</b> навыками проведения анализа медиарынка и выбора канала распространения рекламы для управления собственным бизнесом.

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p><b>ОПК-3</b> Способен управлять процессами создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий, в том числе разрабатывать алгоритмы и программы для их практической реализации</p>	<p><b>ИОПК 3.1</b> Понимает особенности процесса создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий. <b>ИОПК 3.2</b> Участствует в управлении процессами по созданию и использованию продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий <b>ИОПК 3.3</b> Разрабатывает алгоритмы и программы для практической реализации</p>	<p><b>Знать:</b> специфику создания рекламного продукта. <b>Уметь:</b> применять знания особенностей процесса создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности. <b>Владеть:</b> навыками создания рекламных продуктов в сфере информационно-коммуникационных технологий.</p>

#### Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Теоретические основы рекламы
Тема 2. Правовое регулирование рекламной деятельности
Тема 3. Типология рекламы и каналов распространения рекламных сообщений
Тема 4. Особенности создания рекламного сообщения

**Форма контроля** – зачет с оценкой.