

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.12 «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью»
направления подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Цели изучения дисциплины - получение представление о существующих информационных технологиях, особенностях их применения в рекламной деятельности и их роли в создании единого информационного пространства предприятия.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с достижениями информационных технологий по профилю профессиональной деятельности, с главной содержательной деятельностью подготавливаемого специалиста: применение автоматизированных технологий обработки больших информационных потоков (массивов) информации в режиме реального времени;
- сформировать навыки применения в профессиональной деятельности современных средств вычислительной техники и программного обеспечения.

Основные блоки и темы дисциплины:

Основные понятия информационной технологии. Классификация информационных технологий. Программное обеспечение информационных технологий. Технологии обработки данных. Информационные технологии конечного пользователя. Сетевые информационные технологии. Интегрированные информационные технологии. Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью.

Учебная дисциплина «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью» входит в перечень курсов базовой части профессионального цикла ОПОП.

В результате изучения дисциплины «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью» у обучающегося формируются следующие общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции, предусмотренные ФГОС ВО:

ОПК-6 – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ПК-8 - способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен:

знать: структуру и состав информационных технологий в рекламе; виды и средства рекламы; производственные стандарты ведения рекламного бизнеса и механизм их реализации в информационных системах; основы информационной культуры; информационные и Интернет-технологии; основы информационной безопасности;

уметь: подготавливать макеты рекламы с помощью текстовых, графических редакторов; использовать информационные технологии в медиапланировании; рационально использовать возможности вычислительной техники и программного обеспечения при решении прикладных задач; решать прикладные задачи в профессиональной деятельности; осуществлять поиск информации с использованием современных информационно-коммуникационных технологий; применять основные методы защиты информации;

владеть: навыками создания рекламного продукта с использованием информационных технологий; текстовыми и графическими редакторами; современными методиками применения информационных технологий по распространению рекламной

продукции; информационной и библиографической культурой; навыками создания и поддержки информационных сайтов в сети интернет; навыками работы с современными программными средствами защиты информации.

Дисциплина «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается экзаменом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Разработчик:
канд. экон. наук, доцент

Зав. выпускающей кафедрой
направления



Калашникова С.В.

Кумпилова А.Р.