

Аннотация к рабочей программе по дисциплине

Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Базовая часть Б1.1.31

Общая трудоемкость изучения дисциплины – 6 ЗЕТ (216 часа).

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины “Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью” - ознакомление студентов с информационными и телекоммуникационными технологиями в рекламе и PR.

Задачами дисциплины “Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью” являются:

- изучение основных аспектов современных информационных технологий, умение ориентироваться в вопросах получения, обработки и анализа информации, необходимой для рекламной и PR-деятельности;
- изучение прикладных вопросов компьютерных и сетевых технологий, возможностей их использования в рекламе и PR;
- получение основ знаний о технологиях баз данных (СУБД). Знание основных архитектур баз данных, умение использовать их возможности для проведения исследований;
- изучение теоретических основ и практики работы в глобальной сети Интернет, поиск актуальной информации (механизм работы поисковых серверов), изучение возможностей использования сетевых ресурсов в области рекламы;
- развитие умения целенаправленно использовать различные информационные технологии для создания конкретного рекламного продукта и PR-материалов.

Место дисциплины в учебном процессе

Учебная программа дисциплины «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части профессионального цикла (Б1.1.31), формирует знания для освоения общепрофессиональных и специальных дисциплин.

Дисциплина позволяет студентам более уверенно ориентироваться в сфере компьютерно-сетевых технологий, активно используемых в настоящее время в рекламе и PR. Студенты получают теоретические знания и практические навыки по сбору, формированию и поиску необходимой информации с применением современных информационных технологий, которые могут быть использованы в дальнейшем при подготовке рефератов, выпускных и дипломных работ, а также в практической деятельности.

В процессе обучения осуществляется взаимодействие с такими дисциплинами как «Компьютерный дизайн» (Б1.2.4), «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью (Б1.2.3)», «Рекламный дизайн» (Б1.2.6), «Разработка и технологии производства рекламного продукта» (Б1.1.30).

Компетенции, приобретенные в ходе изучения дисциплины «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» готовят студента к освоению общепрофессиональных компетенций:

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

В результате изучения дисциплины студент должен

- знать: основные сведения об инструментах производства и распространения рекламной продукции, методы и средства создания текстовых, графических, презентационных материалов для рекламной и PR-деятельности, основные методы и способы получения и анализа информации в глобальных сетях;

- уметь: создавать текстовые, графические и презентационные материалы для рекламной и PR-деятельности, использовать полученные знания в профессиональной деятельности, самостоятельно осуществлять сбор, переработку и анализ информации различными средствами из разных источников;

- владеть: навыками работы с информационными и компьютерными технологиями для создания текстовых и графических материалов для рекламной и PR-деятельности, методами создания построения рекламных презентаций, навыками сбора и анализа информации, а также размещения различных видов информации в глобальных сетях для достижения поставленных задач.

Виды учебной работы: лекции и лабораторные работы.

Изучение дисциплины заканчивается зачетом.