

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью (digital PR)»

Дисциплина «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью (digital PR)» является частью программы магистратуры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» по направлению «42.04.01 Реклама и связи с общественностью».

### **Цели и задачи дисциплины**

Формирование способности планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационные продукты отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем; разрабатывать коммуникационные стратегии коммуникационных проектов в медиасфере, в т.ч. создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации; отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

### **Изучаемые объекты дисциплины**

Медиатекст и медиапродукты; Стратегия digital-коммуникаций; Коммуникационный инструментарий в сфере digital; Интерфейсы систем сбора информации, аналитики, паблишинга.

## Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		4	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	45	45	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	9	9	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	34	34	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	63	63	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9	9	
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

## Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
4-й семестр				
Тема 4. Системы онлайн-мониторинга и аналитики упоминаний	0	0	2	8
Системы онлайн-мониторинга и аналитики упоминаний				
Тема 7. Визуальный контент: фото, видео, инфографика и т.д.	0	0	8	10
Визуальный контент: фото, видео, инфографика и т.д.				
Тема 2. Теория типов медиа, бренд-медиа, карта digital-каналов.	3	0	2	5
Теория типов медиа, бренд-медиа, карта digital-каналов. Кейсы технологических компаний				
Тема 6. Текстовый контент: создание, редакция, упаковка.	0	0	4	10
Текстовый контент: создание, редакция, упаковка. Форматы текстового контента. Поисковая оптимизация				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 1. Система SOSTAC как инструмент PR-, маркетингового и бизнес-планирования	2	0	2	5
Система SOSTAC как инструмент PR-, маркетингового и бизнес-планирования. Компоненты				
Тема 5. Система форматов и жанров digital-контента	2	0	4	10
Система форматов и жанров digital-контента. Кейс-стади (сторителлинг, креативные кампании, нативная реклама и т.д.).				
Тема 3. Управление репутацией: аспекты, метрики, _Аналы	2	0	4	5
Управление репутацией: аспекты, метрики, _Аналы				
Тема 8. Интерактивный контент: викторины, тесты, карты, таймланы и т.д.	0	0	8	10
Интерактивный контент: викторины, тесты, карты, таймланы и т.д.				
ИТОГО по 4-му семестру	9	0	34	63
ИТОГО по дисциплине	9	0	34	63