

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОДУКТА»**

Направление **46.03.01 «История»**

Профиль История постсоветской России

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цель освоения дисциплины:** формирование знаний в области продвижения разнообразных коммуникационных продуктов, необходимостью их грамотного представления разным общественным группам, а также коммерциализации в том числе за счет digital-средств и инструментов.

**Задачи освоения дисциплины:**

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга, в т.ч. в сети Интернет;
- изучение форматов и инструментов продвижения, в т.ч. в сети Интернет;
- анализ основных рекламных и PR площадок, в т.ч. в сети Интернет;
- изучение существующих методов реализации рекламных и PR-кампаний, интернет- проектов для продвижения коммуникационного продукта;
- освоение этапов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля информационных кампаний, в т.ч. в сети Интернет.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина «Основы продвижения коммуникационных продуктов» относится к базовой части обязательных дисциплин Учебного плана бакалавров. Изучается в 3 семестре.

**Дисциплины, является начальной для формирования компетенции.**

В дальнейшем курс станет важным для Подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы, а также для подготовке к сдаче и сдача государственного экзамена.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

<b>Код и наименование реализуемой компетенции</b>	<b>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</b>
ОПК – 6 Способен использовать профессиональные знания в педагогической деятельности, знать и применять методики преподавания дисциплин (модулей) по истории и обществознанию;	Знать: принципы применения маркетинговых моделей и методов цифрового продвижения для решения вопросов прикладного характера в гуманитарных науках; различные способы использования возможностей компьютерной техники и мобильных устройств для сбора, обработки и анализа данных, в т.ч. цифровых; методы управления коммуникациями с использованием прикладного программного обеспечения. Уметь: использовать освоенные модели и методы при решении профессиональных задач, применять для этого информационные технологии и средства компьютерной техники; работать с программными средствами общего назначения для поиска, обработки,

	<p>анализа и хранения информации, использовать современные технические инструменты и информационно-коммуникационные технологии как средство управления информацией.</p> <p>Владеть: применением всего арсенала изученных маркетинговых моделей, инструментов, а также информационно-коммуникационными технологиями и цифровыми методами управления информацией, её представления в различных форматах с использованием информационных компьютерных и сетевых технологий; защитой информации при работе с компьютерными системами, включая приемы антивирусной защиты с помощью технических и программных средств.</p>
--	---

#### **4. Общая трудоемкость дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетных единицы (72 часа)

#### **5. Образовательные технологии**

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: - практические задания, практические работы.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: - работа с текстами: учебниками, литературой, интернет-источниками, конспектами лекций; - выполнение практических заданий; - подготовка к зачету.

#### **6. Контроль успеваемости**

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка практических заданий разных видов.

Промежуточная аттестация проводится в форме: практической работы.

Итоговый контроль знаний осуществляется в форме устного зачета.