

## Аннотация дисциплины Б.1.2.2 Дисциплина. Информационно-коммуникационные технологии в рекламе

Дисциплина "Информационно-коммуникационные технологии в рекламе" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Информационные системы и технологии в рекламе, масс-медиа и контент-маркетинге" направления подготовки "09.03.02 Информационные системы и технологии".

Дисциплина изучается в 3 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 144/4 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме балльно-рейтинговый контроль.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
2. УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Понятие информации.
2. Виды информации.
3. Модель передачи информации.
4. Методы защиты информационного сигнала.
5. Обработка и хранение информации.
6. Методы получения информации.
7. Модель коммуникации.
8. Понятие информационной технологии
9. Инструменты информационных технологий

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, исследовательские, лекционные занятия, практические и лабораторные занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: деловая игра, задания, информационные, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, мини-проекты, проблемная лекция.