

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 14.09.2017
Уникальный программный код:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

Аннотация

учебной дисциплины «Б1.О.20 Теория и практика рекламы и связей с общественностью»

направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Целью изучения дисциплины «Теория и практика рекламы и связей с общественностью» является приобретение знаний о теории и методологии связей с общественностью и рекламы с опорой на мировой и отечественный опыт в этой области, изучение технологий публичных рилейшнз и современных тенденций развития связей с общественностью и рекламы.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать устойчивые представления об основополагающих понятиях, определениях, теоретических подходах, месте и значении связей с общественностью в современном гражданском обществе;
- познакомить с PR-инструментарием, основными приемами и методами связей с общественностью;
- дать представление о содержании связей с общественностью в различных сферах коммуникативного пространства;
- выработать навыки практического применения полученных знаний по управлению современными PR-кампаниями;
- уяснить основополагающие понятия, определения, теоретические подходы, место и значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций;
- познакомиться с основными концепциями и методами разработки рекламной продукции;
- дать характеристику различным средствам распространения рекламы и их особенностям;
- выявить главные этапы подготовки и планирования рекламной кампании, а также методы оценки ее эффективности;
- рассмотреть роли и функции основных участников и составляющих рекламного процесса;
- получить представление об особенностях рекламной деятельности в различных сферах общественной жизни;
- определить роль и значение рекламы в современном обществе.

Основные блоки и темы дисциплины (дидактические единицы):

История возникновения и развития рекламы и связей с общественностью. Реклама в современном обществе. Классификация рекламы. Коммерческая и некоммерческая реклама. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Социально-психологические основы рекламной деятельности. Рекламная идея. Технологии создания креативных рекламных концепций. Рекламные стратегии и рекламное сообщение. Основные виды рекламы. Коммуникативное пространство и структура связей с общественностью. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения. Медиа-рилейшнз как направление PR-деятельности. Формы и виды PR-инструментов. Корпоративная культура как инструмент связей с общественностью.

Дисциплина «Теория и практика рекламы и связей с общественностью» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 и направлена на системное и целостное изучение основных концептуальных проблем теории и практики рекламы и связей с общественностью.

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие общепрофессиональные компетенции:

ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Индикаторы достижения компетенций:

ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и

платформ.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Индикаторы достижения компетенций:

ОПК – 4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

ОПК – 4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Индикаторы достижения компетенций:

ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- основы организации рекламного дела и СО как теоретического, так и прикладного уровней;

- экономические и правовые основы рекламной и PR-деятельности;

- передовые технологии рекламного дела и СО, организации работы отделов рекламы и СО;

уметь:

- применять теоретические знания для решения типичных задач в сфере рекламы и СО;

- применять передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламного дела и СО;

- планировать, организовывать и осуществлять деятельность по созданию рекламного продукта, планировать и проводить рекламные кампании;

владеть:

- навыками рекламного дела и СО в организации работы рекламных отделов/рекламных агентств/PR-агентств;

- приемами делового администрирования, маркетинга; методами ведения рекламных и PR-кампаний; разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных и PR-кампаний;

- методами работы с персоналом; базовой терминологией, относящейся к рекламной деятельности; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере рекламы, рекламно-информационных материалов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 216 часов, 6 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Разработчик
канд. экон. наук



Галинская Н.Н.

Зав. кафедрой маркетинга,
сервиса и туризма



Кумпилова А.Р.