

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Введение в теорию и практику рекламы»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью курса является изучение студентами основ рекламной деятельности в условиях современной российской действительности, социокультурных и социоэкономических аспектов рекламы, изучение и овладение основными понятиями, содержанием явлений, законами, теориями, а также методами и приемами рекламы и рекламной работы, выработка базовых навыков и умений принятия решений в процессе подготовки и реализации рекламных кампаний.

Основными задачами курса являются:

- рассмотрение понятия рекламы, ее функций, разновидностей, средств, роли и значения рекламы в развитии современного общества;
- изучение общих принципов построения коммуникационной кампании организации;
- изучение основ выбора методов и средств осуществления рекламной кампании;
- формирование навыков организации рекламной деятельности;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Введение в теорию и практику рекламы» Б1.В.ОД.1 относится к базовому циклу дисциплин. Изучается в 1-2 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения.

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (сопутствующие дисциплины «Основы конфликтологии», «Основы теории коммуникации», «Деловое общение», «Культурология», «Искусство», «Теория и практика связей с общественностью»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть рекламы как специфического вида деятельности, теоретические и практические аспекты ее реализации.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Организация рекламных кампаний», «Организация ПР-кампаний», Организация рекламных и ПР-мероприятий».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

ОПК1Способность 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	Знать подходы к понятию «реклама» и ее классификации, основные теории рекламирования, функции рекламы, роль рекламы в системе маркетинга Уметь формулировать цели рекламы, выбирать вид и средства рекламирования Владеть навыками принятия и реализации управленческих решений в сфере рекламной деятельности,
ОПК2Способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных	Знать: суть рекламы как социального института, основные этапы рекламного процесса, социально-правовые аспекты рекламной деятельности, средства распространения рекламы Уметь выбирать методы осуществления рекламной кампании, применять полученные знания для решения конкретных задач в сфере коммуникаций. Владеть методами и приемами осуществления эффективных рекламных кампаний


продуктах	
ПК1Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать основные концепции и ключевые проблемы теории организационных коммуникаций, методологические основы, цели и функции внутренних и внешних коммуникаций задачи, функции, виды, каналы и инструменты распространения информации</p> <p>Уметь диагностировать, планировать, разрабатывать систему внутренних и внешних коммуникаций в соответствии с тактическими и стратегическими задачами развития компании.</p> <p>Владеть навыками принятия и реализации управленческих решений в сфере внутренних и внешних коммуникаций, применения полученных знаний для решения конкретных управленческих задач.</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 5 зачетных единиц

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение семинарских занятий, направленных на освоение вопросов курса
-  проведение групповых дискуссий, деловых игр на практических занятиях
- выполнение практических домашних заданий,

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: учебниками, нормативными материалами, дополнительной литературой, в том числе материалами интернета, а также проработка конспектов лекций;
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях, участию в деловых играх на практических занятиях;
- написание эссе;
- подготовка к зачетам и экзаменам непосредственно перед ними.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами), оценка практических домашних заданий, оценка участия в групповых дискуссиях, деловых играх, оценка рефератов.

Промежуточная аттестация проводится в форме: контрольных работ.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного экзамена.