Аннотация
по дисциплине Б1.В.ДВ.07.02 «Социальная реклама»

Объем трудоемкости: 1 зачетная единица (36 часов, из них – 24,2 часа аудиторной нагрузки: лабораторных занятий - 24 ч., 11,8 часов самостоятельной работы, ИКТ -0,2).

Цель дисциплины: ознакомить с современным опытом создания социальной рекламы

Задачи дисциплины:

- выявить специфику действия социальной рекламы;
- проанализировать методики создания текстов социальной рекламы;
- изучить манипулятивные особенности социальной рекламы.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО: дисциплина «Социальная реклама» относится к дисциплинам по выбору части Б1 «Дисциплины (модули) учебного плана». Знания и навыки необходимы для работы магистранта с творческими заданиями, изучении дисциплин соответствующей профилизации, прохождения производственной практики. Дисциплина базируется на уже сформированных предшествующих таких дисциплинах: «Журналистика как социокультурный феномен», «Современные теории массовой коммуникации», последующие дисциплины: «Инновационные технологии в рекламной деятельности».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных и профессиональных компетенций (ОК/ПК): ПК 2, ПК 3, ПК 7*

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ПК-2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	основные виды редактирования телетекста в аспекте разработки рекламного продукта	редактировать рекламные теле-, радиотексты, разрабатывая медийные проекты повышенной сложности	навыками редактирования рекламной теле-, радиопродукции
ПК-3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в сфере теле-, радиорекламы.	разрабатывать рекламные медийные проекты в соответствии со стратегиями развития телевидения и радиовещания	навыками разработки разнообразных рекламных медийных проектов на радио и телевидении.

ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	современные принципы и методы разработки рекламного теле-, радиопроекта	создавать рекламный продукт с учетом знания особенностей теории медиапроектирования и медиамоделирования.	навыками разработки рекламного теле-, радиопродукта с учетом современных принципов медиапроектирования и медиамоделирования
------	---	---	---	---

Основные разделы (темы) дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в С семестре:

№ раздела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Социальная реклама в системе общественно-коммуникативных процессов	6	-	-	4	2
2	Стратегический менеджмент компании и вопросы её социальной и культурной значимости	6	-	-	4	2
3	Специфика проектирования социального рекламного сообщения	6	-	-	4	2
4.	Коммуникационный менеджмент как процесс передачи информации и построения корпоративной культуры.	6	-	-	4	2
5	Рекламный менеджмент и проверка эффективности рекламных мероприятий	6	-	-	4	2
6.	Итоговое занятие. Зачет.	5,8	-	-	4	1,8
	<i>Всего:</i>		-	-	24	11,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036.
2. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 278 с. — (Серия : Авторский учебник).

[Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044 .

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4.

Автор РПД: к.ф.н., доц. Мальцева И.А.