

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

Объем трудоемкости ЗФО: для студентов ЗФО 1 зачетная единица (36 часов, из них – 10,2 часов аудиторной нагрузки, в том числе 10 часов практических занятий, 22 часа самостоятельной работы, 3,8 – контроль, 0,2 ИКР).

Цель дисциплины рассмотреть социально-экономическую сущность коммуникационного менеджмента, его содержание, инструменты и варианты практического использования.

Задачи дисциплины:

- Научить творческому мышлению при разработке и анализе социальной рекламы;
- Находить нестандартные решения в сложных ситуациях;
- Принимать обоснованные решения в постоянно меняющихся условиях внешней среды с целью обеспечения жизнеспособности производственно-коммерческих структур.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Социальная реклама» относится к дисциплинам по выбору части Б1 «Дисциплины (модули) учебного плана». Знания и навыки, полученные в ходе изучения курса «Социальная реклама» необходимы для работы магистранта с творческими заданиями, изучении дисциплин соответствующей профилизации, прохождения производственной практики. Дисциплина базируется на уже сформированных предшествующих таких дисциплин: «Деонтология журналистики», «Современные теории массовой коммуникации» - последующие «Инновационные технологии в теле-, радиожурналистике».

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих *профессиональных компетенций: ПК 2, ПК 3, ПК 7*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК 2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	Различные виды редакционной работы в электронных СМИ, основы менеджмента	Выполнять редакционную работу в электронных СМИ, применять на практике навыки к коммуникации	Навыками создания медийных проектов повышенной сложности в электронных СМИ
2	ПК 3	Готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	особенности организационных, координационных, контролирующих обязанностей в электронных СМИ	использовать полученные знания по планированию в практической профессиональной деятельности в электронных СМИ	ключевыми понятиями и базовыми категориями основ медиапланирования и проектирования в электронных СМИ

3	ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	принципы обоснования актуальности исследования программы и методики медиаисследований, принципы анализа	разрабатывать методику теле-, радиосценариев, выполнять медиапроектирование	навыками самостоятельной научно-исследовательской деятельности в медиасфере
---	------	---	---	---	---

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые на 6 курсе:

№ раздела	Наименование разделов	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	14	-	2	-	4
2	Стратегический менеджмент компании и вопросы её социальной и культурной значимости	12	-	-	-	4
3	Специфика проектирования социального рекламного сообщения	14	-	2	-	2
4.	Коммуникационный менеджмент как процесс передачи информации и построения корпоративной культуры.	12	-	2	-	6
5	Рекламный менеджмент и проверка эффективности рекламных мероприятий	12	-	2	-	4
6.	Итоговое занятие. Зачет.	4	-	2	-	2
	<i>Всего:</i>		-	10	-	22

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 269 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3737-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F
2. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 75 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C
3. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 179 с. — (Серия :

Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F.

4. 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, 2016. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044.

Автор РПД: к.ф.н., доц. Мальцева И.А.