

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Б1.0.15 Введение в профессию» ЗФО

Направление
подготовки/специальность **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Объем трудоемкости: *4 зачетных единицы*

Цель дисциплины – формирование среди студентов первоначальных представлений о PR-деятельности и рекламе как объектах изучения и начальная подготовка обучающихся к практической деятельности в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины: состоят в знакомстве с категориальным аппаратом и основными дефинициями рекламы, изучении определения и теоретических основ PR, общественного мнения, этики, исследований и права. Также проводится обзорный анализ компетенций PR-специалиста, в том числе, техник коммуникации, кризисного управления и интегрированных маркетинговых коммуникаций, анализ навыков и приемов, необходимых для PR-специалиста и рекламиста. Важной задачей также является знакомство с историей рекламной деятельности, знакомство с законодательными основами рекламной и PR-деятельности.

Решение вышеперечисленных задач будет способствовать формированию коммуникативной компетентности будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.0.15 «Введение в профессию» входит в раздел «Б1 Профессиональный цикл. Базовая (общепрофессиональная) часть. Модуль 4. ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами: психология, социология, экономика; современные компьютерные технологии и информатика, основы менеджмента, основы связей с общественностью.

Дисциплина основана на знаниях основ психологии, делового общения, менеджмента, рекламы и связей с общественностью и необходима для изучения таких дисциплин, как «Теория и практика массовых коммуникаций», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-2 (способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений).

Основные разделы дисциплины: Основы деятельности специалиста по связям с общественностью; Реклама как маркетинговая коммуникация; Коммуникационные практики и каналы коммуникации; Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций; Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок; Основные этапы генезиса рекламы; Генезис связей с общественностью; Коммуникативные тенденции новейшего времени.

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма аттестации по дисциплине: *экзамен*

Автор – доц., канд. филол. наук Бельтюков А.А.