

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.08 Традиционные и инновационные технологии в рекламе и ПР» ОФО

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы

Цель освоения дисциплины - изучить традиционные и инновационные методы и технологии выстраивания коммерческих коммуникаций и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретические аспекты традиционной и инновационной деятельности;
- описать традиционные и современные тенденции в развитии рекламной индустрии
- рассмотреть традиционные и инновационные технологии в рекламной и ПР-практиках.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Базовая часть. Профессиональный цикл» ФГОС по направлению подготовки ВО - «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат).

Знания, умения и навыки, сформированные при овладении дисциплиной необходимы для успешного изучения таких курсов, как «Рекламный менеджмент», «Маркетинг», «Социология рекламной деятельности», «Креатив в рекламе», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Психология рекламной деятельности».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: - способностью осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта (ПК-4);- способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);

Основные разделы дисциплины: Теоретические аспекты инновационной деятельности; Современные тенденции развития рекламного рынка; Современные принципы брендинга; Инновации в рекламе. Инновации в ПР; Реклама в соцсетях. ПР в соцсетях; Форсайтные исследования в связях с общественностью; Требования к рекламе. Правовое регулирование рекламной деятельности; Средства наружной рекламы. Средства почтовой рекламы; Вспомогательные средства рекламы. Планирование рекламных кампаний.

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор РПД – канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.