

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ РЕКЛАМОВЕДЕНИЕ

Направление подготовки – 39.03.01 «Социология»

8

(семестр)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Рекламоведение» являются:

- изучение теоретических основ рекламы;
- формирование у студентов компетенций, необходимых для практической деятельности с использованием многообразия коммуникативных рекламных инструментов: планирование и осуществление рекламных кампаний и мероприятий; навыки создания текстов и документов, применяемых в сфере рекламы;
- умение устанавливать, развивать и поддерживать межличностные отношения с представителями государственных, коммерческих и общественных структур.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Для освоения дисциплины «Рекламоведение» студенты используют знания, умения и виды деятельности, сформированные в процессе изучения предметов на предыдущем уровне образования. Дисциплина «Рекламоведение» находится в непосредственной взаимосвязи со всеми дисциплинами блока социологических дисциплин, так как рекламная деятельность является одной из основных площадок взаимодействия социальных групп и в коммерческой, и в общественной, и в политической сферах.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Уметь:

- использовать основные положения и методы гуманитарных и социально-экономических наук при решении профессиональных задач (ОПК-4);

Владеть:

- способностью к коммуникации в устной и письменной форм на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

| / п | Раздел (тема) дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | | | | Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %) | Формы текущего контроля успеваемости и (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|-----|---|---------|-----------------|--|----------------------|---------------------|--------------------|-----|---------|---|---|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | Контрольные работы | СРС | КП / КР | | |
| 1 | Понятие «реклама». Структура рекламной деятельности | 8 | 1-2 | 2 | 4 | | | 4 | | 2/33% | |
| 2 | Создание рекламы. Контент и дизайн. | 8 | 3-4 | 2 | 4 | | | 4 | | 2/33% | Рейтинг-контроль 1 |
| 3 | Медиапланирование | 8 | 5-6 | 2 | 4 | | | 4 | | 2/33% | |
| 4 | Особенности размещения рекламы в печатных СМИ, на радио и телевидении | 8 | 7-8 | 2 | 4 | | | 4 | | 2/33% | Рейтинг-контроль 2 |
| 5 | Роль интернет-рекламы на информационном рынке | 8 | 9-10 | 2 | 4 | | | 4 | | 2/33% | |
| 6 | Специфика социальной и политическо | 8 | 11-12 | 2 | 4 | | | 4 | | 2/33% | Рейтинг-контроль 3 |

| | | | | | | | | | |
|--------------------------|--|----|----|--|--|----|--|--|--|
| й рекламы на телевидении | | | | | | | | | |
| Всего | | 12 | 24 | | | 36 | | | |

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - _____ зачёт _____

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2

Составитель:


И.О. заведующей кафедрой ЖРСО

Председатель

учебно-методической комиссии направления

доцент Н.А.Мулина

Н.Ю.Литвинова



Директор Гуманитарного института

Дата:



Е.М.Петровичева

Печать института