

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ РЕКЛАМНОГО ДЕЛА

42.03.02 Журналистика

5 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: 1) Изучение института рекламы и его функционирования в современном социуме, 2) Освоение форм оценки эффективности рекламы, 3) Анализ рекламы, 4) Умение анализировать рекламу в рамках концепций потребления, 5) Освоение способов визуального анализа рекламы.

Задачи освоения содержания дисциплины:

- рассмотреть понятия рекламы и PR, их функций, разновидностей, средств,
- показать роль и значение рекламы и PR в развитии журналистики, характер функционирования в СМИ.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Основы рекламного дела» относится к вариативной части учебного плана. Пререквизиты дисциплины: дисциплины «Основы творческой деятельности журналистов», «Интернет-журналистика», «Деловая журналистика».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
УК-1	полное	<i>Знать: системный подход для решения поставленных задач; Уметь: осуществлять поиск информации для решения поставленных задач; Владеть: критическим анализом и синтезом получаемой информации</i>
УК-2	полное	<i>Знать: действующие правовые нормы, имеющихся ресурсов и ограничений, необходимых для решения задач; Уметь: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения; Владеть: навыками разработки и реализации проектов.</i>
УК-6	полное	<i>Знать: принципы образования; Уметь: управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития; Владеть: навыками самоорганизации и саморазвития.</i>
ОПК-4	полное	<i>Знать: творческую сторону рекламной деятельности; типы рекламных агентств; Уметь: отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; Владеть: инструментами разработки и создания рекламных материалов; методами оценки рекламных материалов.</i>
ПК-9	полное	<i>Знать: редакционные стандарты, форматы, жанры, стили в журналистском тексте (продукте); Уметь: контролировать соблюдение основ построения журналистского текста (продукта);</i>

		<i>Владеть: оптимальные способы решения поставленных целей, исходя их действующих норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</i>
<i>ПК-5</i>	<i>полное</i>	<i>Знать: различие на политкорректные /неполиткорректные, толерантные/нетолерантные суждения в коммуникации разного уровня; Уметь: планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами; Владеть: Приемами продвижения рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке, методами делового партнерства, методами получения и распространения информации</i>
<i>ПК-24</i>	<i>полное</i>	<i>Знать: ценности, которые являются базовыми в обществе; Уметь: определять ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий; Владеть: информацией о происходящих в общественной и политической жизни событиях.</i>

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- Институт рекламы
- Реклама и общество
- Реклама и средства массовой коммуникации
- Факторы восприятия рекламы
- Влияние рекламы как социального института
- Производство социальных проблем рекламными средствами
- Реклама в современном обществе

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 3 з. е.

Составитель: Куликова ассистент Куликова Нина Александровна

Заведующий кафедрой ЖРСО Латышева д. филос. н., профессор, Латышева Ж.В.

Председатель Учебно-методической комиссии Латышева д. филос. н., профессор, Латышева Ж.В.

Директор института Петрови д.и.н., профессор, Петрови Е.М.

Дата: 11.03.19

Печать института

