

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины
«Теория и практика рекламы»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года / 4 года и 11 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2018

Цель изучения дисциплины:

научить основы теории и практики рекламы, получение системных профессиональных знаний о рекламе как исторически развивающейся области социальной практики, тесно взаимосвязанной с другими составляющими коммуникационного процесса, выработка у студентов профессионального взгляда на рекламную деятельность, представления о ее целостности, и тенденциях развития.

Задачи изучения дисциплины:

показать стратегические и тактические действия, связанных с организацией и управлением рекламной деятельностью, достижением высокой результативности рекламных кампаний; Изучение теоретических основ рекламного дела как научной и учебной дисциплины; выработка представлений о современной рекламной индустрии, основных субъектах рекламного рынка, профессиональных обязанностях работников рекламных агентств, рекламно-маркетинговых отделов фирм и СМИ;

Перечень формируемых компетенций:

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Общая трудоемкость дисциплины: 11 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Экзамен