

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

«Введение в коммуникационные специальности (сфера рекламы и СО)»

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 2023

Цель изучения дисциплины:

Раскрыть основное содержание объекта и предмета рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью; рассмотреть историю становления и современное положение данной предметной области; рассмотреть основные сферы применения рекламных технологий и технологий публичных релейшнз; сущность рекламной и PR-деятельности, их основные задачи, цели, структуру и принципы, используемую терминологию; основные специализации в рекламной и PR-деятельности; основные принципы определения эффективности рекламной и PR-деятельности; формы и методы государственного правового регулирования и саморегулирования рекламы и PR-деятельности; основные принципы ведения конкурентной борьбы.

Задачи изучения дисциплины:

Рассмотреть основные понятия и термины в профессиональной сфере; ознакомить студентов с концепциями, связанными с развитием рекламы и связей с общественностью; сформировать навыки профессиональной этики; рассмотреть общее и частное в методах и приемах рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью; получение студентами базовых представлений о роли связей с общественностью в современном российском и мировом обществе, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития связей с общественностью как профессии, науки и отрасли; изучить закономерность возникновения, развития и современные тенденции эволюции рекламной и PR-деятельности; объяснить сущность и структуру современной рекламной и PR-деятельности, их основные задачи, цели, структуру и принципы.

Перечень формируемых компетенций:

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

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Общая трудоемкость дисциплины: 5 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Экзамен