

Аннотация
на программу дисциплины «Социальная реклама», реализуемую в рамках
ОПОП бакалавриата по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина «Социальная реклама» относится к блоку Б1.2. учебного плана направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Изучение данной дисциплины опирается на систему знаний, умений и навыков, в ходе изучения таких профессиональных дисциплин, как «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Теория и практика массовой информации», а также «Психология массовых коммуникаций» и «Медиапланирование».

Целями освоения дисциплины «Социальная реклама» являются: изучение опыта создания и распространения социальной рекламы, ее законодательного регулирования, обучение основам создания сообщений в рамках социальной рекламной кампании, планирования социальных рекламных кампаний, а также изучение теории и практики оценки эффективности социальной рекламы.

Процесс изучения дисциплины «Социальная реклама» нацелен на формирование компетенции ПК-7 «способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий».

В учебном процессе активно используются интерактивные технологии обучения, общая доля которых занимает около 30% аудиторных практических занятий. В процессе обучения используются деловые игры, разбор конкретных коммуникативных ситуаций, а также метод кейсов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа). Дисциплина «Социальная реклама» изучается посредством лекционных (17 часов) и лабораторных занятий (34 ч.), а также самостоятельной работы студентов (57 ч.) над учебной литературой и завершается экзаменом.

Продолжительность изучения дисциплины – один семестр.