

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**Бакалавриат****Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»****АННОТАЦИЯ****рабочей программы дисциплины****Современные технологии социальной рекламы***Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)**Заочная форма обучения*

Составитель аннотации – Круглова М.С., к.э.н., ст.преп. каф. ОПиСК



Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ/ час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	развитие представлений о методологии и методах социальной рекламы и PR как феномене общественной жизнедеятельности и рекламной технологии
Содержание дисциплины	Сущностные характеристики социальной рекламы и PR. Цели и функции социальной рекламы и PR. Социальная реклама некоммерческих организаций в России. Основные принципы и приемы разработки рекламной кампании социальной проблематики. Организация и проведение социальных рекламных и PR-кампаний. Эффективность социальной рекламы и PR: проблемы определения и методы повышения. Методы определения эффективности социальной рекламы и PR
Формируемые компетенции	ПКУВ-1 Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах ПКУВ-4 Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПКУВ 4.1 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ПКУВ-4.2 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии ПКУВ-4.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Теория и практика рекламы и связей с общественностью, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью, Психология рекламы, Основы брендинга, Современная пресс-служба, Проектный менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Управление репутацией, Психология делового общения и переговорного процесса, Введение в специальность рекламы и связи с общественностью, Мастер-класс "Тренинг публичного выступления", Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью, Визуальные технологии в рекламе и PR, Организация специальных событий
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) выполнение контрольной работы
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, контрольная работа
Форма промежуточной аттестации	Зачет

Зав. кафедрой ОПиСК



И.Б. Шуванов