

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины

«Визуальные технологии в рекламе и PR»

Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений

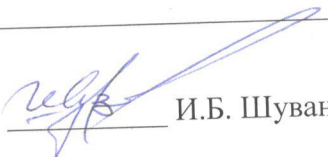
форма обучения - заочная

Составитель аннотации – Марочкина Светлана Станиславовна, к.экон.н., доцент, доцент кафедры общей психологии и социальных коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3 ЗЕТ, 108 час.
Цель изучения дисциплины	Обучение основным визуальным средствам рекламы и PR и психологии их восприятия, формирование у студентов практических навыков использования визуальных технологий в рекламной и PR-деятельности.
Содержание дисциплины	Тема 1. Теория визуальной коммуникации Тема 2. Основы дизайн-проектирования объектов рекламы и СО Тема 3. Художественные средства дизайна рекламной продукции и СМИ Тема 4. Основы фотографии Тема 5. Редактирование и печать изображений Тема 6. Научно-практическая основа аудиовизуальной рекламы Тема 7. Производство аудиовизуальной рекламы
Формируемые компетенции (коды)	ПКУВ-3, ПКУВ-4.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПКУВ-3.1. Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента. ПКУВ-3.2. Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах. ПКУВ-3.3. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий. 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	Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью Психология массовых коммуникаций Основы теории коммуникации Теория и практика рекламы и связей с общественностью Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью /

	агентств рекламы и связей с общественностью Управление репутацией Психология делового общения и переговорного процесса Введение в специальность рекламы и связи с общественностью Мастер-класс "Тренинг публичного выступления"
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, доклады, практические задания
Форма промежуточной аттестации	Зачет

Зав.кафедрой ОПиСК, к.псх.н., доцент

 И.Б. Шуванов