

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

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

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Разработка и технологии производства рекламного и PR продукта»

Дисциплина обязательной части

форма обучения - заочная

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

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	6 ЗЕТ, 216 час.
Цель изучения дисциплины	Овладение базовыми теоретическими знаниями в сфере позиционирования, копирайтинга, тестирования рекламных и PR продуктов, изучение особенностей восприятия рекламных продуктов потребителями, специфики рекламных и PR продуктов в различных СМИ, овладение формами и методами разработки и творческого наполнения рекламных и PR-продуктов.
Содержание дисциплины	Тема 1. Рекламный и PR-продукт: сущность, стратегии разработки и продвижения Тема 2. Рекламное творчество: концепции и их реализация Тема 3. Технологии печатной рекламы Тема 4. Технологии производства наружной рекламы Тема 5. Технологии производства радиорекламы Тема 6. Технологии производства видеорекламы Тема 7. Основы дизайн-проектирования объектов рекламы и связей с общественностью Тема 8. Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе Тема 9. Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности рекламной деятельности
Формируемые компетенции (коды)	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

	ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Компьютерный дизайн и инфографика Основы копирайтинга Интернет-реклама и PR Медиаменеджмент
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, доклады, практические задания
Форма промежуточной аттестации	Экзамен, курсовая работа

Зав.кафедрой ОПиСК, к.пс.н., доцент

И.Б. Шуванов