

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

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

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины

«Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений

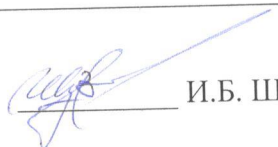
форма обучения - заочная

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	Формирование у студентов представления об основных аспектах креативной составляющей рекламной и PR-деятельности, развитие навыков применения креативных технологий в рекламной и PR-деятельности.
Содержание дисциплины	Тема 1. Предмет и ключевые понятия курса «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью». Теоретико-методологические основы креативности. Тема 2. Организация творческого процесса. Современные технологии мышления. Логика креативности. Тема 3. Бриф – исходные данные для креатива. Тема 4. Технологии создания креативной концепции на базе маркетинговой коммуникационной стратегии. Виды творческих стратегий. Тема 5. Методы поиска креативной концепции и рекламной идеи. Специальные техники рекламного конструирования. Тема 6. Средства интенсификации творческого мышления в рекламе. Тема 7. Тестирование креативных разработок и защита креативных разработок перед заказчиком.
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.псих.н., доцент

 И.Б. Шуванов