

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Б1.В.02

1. Цели и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины «Тенденции развития рекламы и связей с общественностью» являются формирование у магистрантов системы знаний об эволюции рекламной коммуникации и связей с общественностью; представлений о рекламном продукте и способах его распространения, стратегиях и технологиях, используемых в современных рекламных и коммуникационных кампаниях; создание у магистрантов практических навыков применения полученных теоретических знаний при реализации коммуникационных проектов как в России, так и на международном уровне.

Задачи дисциплины:

- формирование у магистрантов представления о принципах развития и функционирования рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью;

- формирование умения применять полученные знания в практической деятельности, решать практические задачи согласно алгоритму коммуникационной кампании в коммерческой и некоммерческой сфере;

- отработка навыков поиска и анализа информации, мониторинга и оценки коммуникационной эффективности рекламных и PR- кампаний

2. Место дисциплины в структуре магистерской программы

Дисциплина «Тенденции развития рекламы и связей с общественностью» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)». Логически и содержательно связана с другими частями ОПОП, в частности, с дисциплиной «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере» в части основных принципов функционирования рекламы и связей с общественностью в обществе; «Основы маркетинга» в части основных принципов развития рынка, конкурентной среды, использования различных видов маркетинговых коммуникаций; «Коммуникационный менеджмент» в части построения и управления внутренними и внешними коммуникациями; «Проектирование в рекламе и связях с общественностью» в части исследования технологий организации и реализации рекламных и PR-проектов. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, включают базовые знания, полученные студентами из курсов русского языка и культуры речи, основ экономики, навыки по сбору и анализу полученной информации; умение прослеживать взаимосвязи элементов системы и делать обоснованные выводы; умение планировать действия по достижению результата.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения

дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Тенденции развития рекламы и связи с общественностью» направлен на формирование следующих компетенций.

УК-4 - Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

ПК-4 - Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: Основы культуры современного рекламиста и быть готовым к активному проявлению гражданской позиции; сущность, содержание, инструментарий, методы и виды рекламных технологий и деятельности по связям с общественностью; основы кросс-культурной коммуникации

Уметь: оценивать конкретную рыночную ситуацию, делать определенные прогнозы на основе аналитических материалов и мониторинга, и осуществлять рекламно-информационное и коммуникационное сопровождение деятельности организации как в России, так и за ее пределами.

Владеть: Методиками обеспечения информационно-рекламной поддержки, проведения консультационных и профилактических мероприятий с различными адресными аудиториями, формирующими общественное мнение, отношение и модели повеления для достижения маркетинговых целей организации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа.