

# **«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ»**

## **Б1.В.ОД.5**

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» квалификации бакалавр, входит в вариативную часть обязательных дисциплин блока 1.

### **1. Цели и задачи дисциплины**

Целями изучения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере» являются формирование у обучающегося знаний и умений разработки, реализации коммуникационных программ и организации рекламной деятельности и мероприятий по связям с общественностью в социальной сфере, ориентированных на распространение социально-значимой информации, понимания и умения применять на практике знания и умения в области реализации рекламных мероприятий.

#### **Задачи изучения дисциплины:**

- формирование у обучающихся представления о принципах развития и функционирования социальной сферы;
- формирование умения решать практические задачи по организации и координации действий в процессе реализации информационно-рекламных кампаний в социальной сфере;
- отработка навыков поиска и анализа информации о наличии социально-значимых проблем и разработки коммуникационных программ по их решению.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата.**

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью квалификации бакалавр; входит в вариативную часть дисциплин блока 1 «Дисциплины (модули)».

Содержание данного курса соответствует требованиям ФГОС и предназначено для изучения особенностей и закономерностей коммуникационной деятельности в социальной сфере.

Междисциплинарность курса, согласно обозначенной цели, выражается во взаимосвязи со следующими курсами базовой части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

«Основы рекламы» и «Связи с общественностью» в части основных принципов функционирования рекламы и связей с общественностью в обществе;

«Социология» в части основных принципов развития и функционирования социальной сферы;

«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» в части исследования технологий организации и реализации рекламных и PR-проектов.

Профессиональная компетентность будущего специалиста, являясь результатом обучения, выступает следствием личностного саморазвития, целостной самоорганизации и синтеза деятельности и личностного опыта в ходе освоения норм и ценностей культуры профессиональной деятельности на различных этапах профессиональной подготовки. Интеграция различных областей знаний в общей образовательной программе, нацелена на формирование таких социально-личностных компетенций как:

Способность к поиску и анализу информации, с целью получения новых знаний с учётом специфики сферы профессиональной деятельности; формирование коммуникационных качеств; способность организовывать процесс и управлять процессом; способность к рефлексии, выявлению затруднений и поиску путей их преодоления, ответственность за результаты деятельности; способность к адаптации в условиях изменяющейся окружающей среды и новых технологий; способность работать в команде, сотрудничать и выстраивать отношения.

В курсе «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере» учитывается подготовка, полученная студентами в рамках базовых и специальных дисциплин, по основам рекламы и связям с общественностью, массовым коммуникациям, социологии, экономике, маркетингу и, раскрываются возможности прикладного применения коммуникационной практики в социальной сфере.

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 проследивать взаимосвязи элементов системы и делать обоснованные выводы; умение планировать действия по достижению результата.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере»**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программы по данному направлению подготовки:

**ОК-1** - способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

**ПК-12** - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

По завершении курса обучения обучающийся должен:

**Знать:**

- основы культуры современного рекламиста и быть готовым к активному проявлению гражданской позиции;
- сущность, содержание, инструментарий, методы и виды рекламных технологий в социальной сфере.

**Уметь:**

- осуществлять рекламно-информационное сопровождение деятельности организаций, призванных способствовать решению социальных проблем в обществе.

**Владеть:**

- методиками обеспечения информационно-рекламной поддержки, проведения консультационных и профилактических мероприятий с объектами социальной работы с целью формирования моделей поведения и отношения к социальным проблемам в обществе.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.