

Аннотация дисциплины «Рекламные и PR-технологии в современном обществе»

Учебная дисциплина «Рекламные и PR-технологии в современном обществе» предназначена для студентов по направлению подготовки бакалавриата 41.03.01 Зарубежное регионоведение, все профили подготовки в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению.

Дисциплина «Рекламные и PR-технологии в современном обществе» входит в вариативную часть и относится к дисциплинам по выбору (Б1.В.ДВ.5.1).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студента (90 часов).

Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре. В качестве формы отчетности по дисциплине предусмотрен зачет.

Дисциплина «Рекламные и PR-технологии в современном обществе» имеет своей целью обеспечение студентов комплексом знаний основ коммуникаций, теоретических и практических аспектов рекламной и PR деятельности в социальной сфере, техниками, технологиями и методиками разработки и создания рекламных продуктов.

Дисциплина «Рекламные и PR-технологии в современном обществе» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Политическая карта Азиатско-Тихоокеанского региона», «Экономика», «Межкультурная коммуникация».

Отличительной особенностью этого курса является практико-ориентированный, комплексный подход к анализу и практическому использованию знаний о содержании и основных закономерностях коммуникаций, возможностях и ограничениях рекламного воздействия на общественное поведение. Особое внимание в рамках дисциплины «Рекламные и PR-технологии в современном обществе» уделяется анализу

зарубежного и отечественного опыта исследований закономерностей и особенностей коммуникаций и поведения потребителей, особенностей современных техник и технологий рекламной и PR деятельности.

Дисциплина ориентирована на развитие способностей студентов самостоятельно ориентироваться в закономерностях интегрированных коммуникаций и поведения потребителей в современном обществе, на повышение их компетентности и возможности эффективно применять рекламные коммуникативные технологии, способные оказывать влияние на массовые установки, привычки и поведение.

Цель освоения дисциплины – усвоение студентами знаний о формах рекламы, способах ее воздействия на поведение потребителей в ходе коммуникационных кампаний, практических навыков и умений в организации рекламной и PR кампании. Курс имеет чётко выраженную профессионально-практическую направленность, предполагает возможность использования различных вариантов организации занятий, включающих систему упражнений по технологиям создания рекламных продуктов.

Задачи дисциплины обусловлены целями ее изучения и ориентированы на решение следующих направлений профессиональной реализации деятельности студента:

- знать основы управления, планирования и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

- иметь навыки участия в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд; подготовка проектной и сопутствующей документации;

- владеть навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными

организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.

Для успешного изучения дисциплины «Рекламные и PR-технологии в современном обществе» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции выпускника, освоившего основную образовательную программу, согласно ФГОС среднего общего образования:

– личностная, включающая готовность и способность обучающихся к саморазвитию и личностному самоопределению, сформированность их мотивации к обучению и целенаправленной познавательной деятельности, системы значимых социальных и межличностных отношений, ценностно-смысловых установок, отражающих личностные и гражданские позиции в деятельности, правосознание, способность ставить цели и строить жизненные планы, способность к осознанию российской гражданской идентичности в поликультурном социуме;

– сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;

– осознанный выбор будущей профессии и возможностей реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем.

Изучение дисциплины «Рекламные и PR-технологии в современном обществе» обеспечивает формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-17- способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного	Знает	Особенности организационной деятельности, способы, методы и технологии измерения и оценки затрат и результатов профессиональной деятельности, способы и формы представления

информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны		результатов профессиональной деятельности в устной и письменной форме при работе в различных российских и международных структурах и организациях.
	Умеет	Осуществлять личный вклад в процессе работы в российских и международных структурах и организациях, оценивать последствия принимаемых решений и нести за них ответственность перед собой, коллегами и обществом; проводить анализа основных методологических и практических проблем, возникающих в работе структур и организаций.
	Владеет	Технологиями оценки результатов коллективной деятельности по решению профессиональных теоретических и практических задач, различными типами коммуникаций при осуществлении работы в российских и международных структурах и организациях по решению исследовательских и практических задач.
ПК-9: - владением основами социологических методов (интервью, анкетирование, наблюдение), готовность принять участие в планировании и проведении полевого исследования в стране (регионе) специализации	знает	-теоретические основы экономических знаний, необходимых для использования в различных сферах жизнедеятельности предприятий;
	умеет	-планировать и организовывать различные мероприятия в рекламной и PR-деятельности коммерческих предприятий с учётом основ экономических и социологических знаний;
	владеет	основными маркетинговыми инструментами и инструментами менеджмента в управлении рекламной и PR-деятельностью с учётом экономических и социологических знаний.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Рекламные и PR-технологии в современном обществе» применяется ряд методов активного обучения и интерактивных взаимодействий, включающих: лекцию-беседу, лекцию-дискуссию, деловые игры, групповые дискуссии, «кейз-стади» анализ.