

Аннотация дисциплины ФТД.2.2 Дисциплина. Философские основы рекламы и связей с общественностью

Дисциплина "Философские основы рекламы и связей с общественностью" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Реклама и связи с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях" направления подготовки "42.03.01 Реклама и связи с общественностью".

Дисциплина изучается в 3, 4 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 108/3 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме без контрольной акции, зачет.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этническом и философском контекстах

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Философские практики в рекламной деятельности.
Феномен рекламы и социальные технологии: философия взаимодействия.
Место и роль рекламы в глобализирующемся мире.

Социальные технологии как инновационный инструмент социального управления, его специфика и возможности применения. Специфика социальных технологий в рекламной деятельности. Границы применения социальных технологий в сфере рекламы.

Феномен рекламы как целостная система, её взаимодействие с другими сферами общественной жизни.

Реклама и экономическая сфера жизни общества.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, проблемная лекция.