

Аннотация дисциплины М.1.1.8 Дисциплина. Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе

Дисциплина "Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Реклама и связи с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях" направления подготовки "42.04.01 Реклама и связи с общественностью".

Дисциплина изучается в 2, 3, 4 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 114/7 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, экзамен.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
2. ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
3. ПКО-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью
4. УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Методологические основы прогнозной деятельности.
2. Специфика проектирования в рекламе

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: игровые процедуры, имитационное моделирование, лекционные занятия, практические занятия.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, игровое проектирование, информационные, классическая лекция, мини-проекты.