

Аннотация дисциплины М.1.1.3 Дисциплина. Реклама в мировой культуре и искусстве

Дисциплина "Реклама в мировой культуре и искусстве" 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 3, 4 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 74/4 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 балльно-рейтинговый контроль, без контрольной акции.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
2. УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Задачи, структура, основная проблематика курса. Сущность и структура культуры. Философия культуры. Искусство и его функции. Проблема соотношения культуры и рекламы, соотношения искусства и рекламы. Актуальные проблемы истории рекламы в мировой культуре и искусстве.

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

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: задания, классическая лекция, проблемная лекция.