

Аннотация дисциплины Б.1.2.9 Дисциплина. Технологии создания, продвижения и продажи рекламного продукта

Дисциплина "Технологии создания, продвижения и продажи рекламного продукта" 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 7, 8 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 244/9 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 зачет, экзамен.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций
2. ПК-4 Способен применять результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Реклама, ее сущность. Основные теории рекламы.
2. PR-деятельность, ее сущность. Основные теории связей с общественностью

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

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