АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.9.2 Лаборатория рекламы: социальная реклама

Автор: д.э.н., профессор Д.В. Федюнин

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области использования современных информационных технологий в профессиональной деятельности.

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	История социальной рекламы	История социальной рекламы в СССР и России, история социальной рекламы в США, история социальной рекламы в Европе, история социальной рекламы в СНГ, пропаганда, агитация
Тема 2	Современное состояние социальной рекламы	НКО, бизнес, власть, фестивали социальной рекламы, телевидение, радио, пресса, наружка
Тема 3	Различные аспекты функционирования социальной рекламы	Законодательство о социальной рекламе, креативная составляющая социальной рекламы, шоковая реклама

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лабораторного типа:

диспуты

– при проведении занятий семинарского типа:

опросы

– при проведении самостоятельной работы:

вопросы для самоподготовки

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой – беседа с преподавателем по вопросам.

Основная литература:

1. Алексунин В.А. Маркетинговые коммуникации. Дашков и К, 2014. http://www.iprbookshop.ru/35284
2. Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций. Дашков и К, 2015. http://www.iprbookshop.ru/14071