

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Б1.В.ДВ.07.02 Социальная реклама**

### **Автор:**

Доцент по совместительству кафедры интегрированных коммуникаций ИОН, Исаев Сергей Михайлович

Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ИОН, Фетисов Андрей Викторович

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Диджитал реклама и связи с общественностью»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

### **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать знания, умения и навыки в рамках осваемых ключевых компетенций в соответствии с матрицей и паспортами компетенций ОП ВО, необходимых для будущей профессиональной деятельности работника сферы рекламы и связей с общественностью; сформировать умения для самостоятельной работы, научить обучающихся профессиональному подходу к изучению дисциплины; правильной самоорганизации учебного процесса и во внеучебной деятельности

### **Содержание дисциплины**

Тема 1. Понятие о социальной рекламе.

Социальная реклама как вид коммуникации: объект и предмет изучения, функции, характеристика, методология, методы. Объекты и методы воздействия. классификация социальной рекламы по типу организации.

Тема 2. Этапы развития и современное состояние социальной рекламы в России и за рубежом.

Появление массовой коммуникации, выделение в ней сектора социальной и политической рекламы. Влияние исторической ситуации на развитие социальной рекламной коммуникации. Субъекты современной социальной рекламы.

Цели современной социальной рекламы в России и за рубежом.

Тема 3. Место и роль социальной рекламы в обществе.

Сущность, интенсивность и эффективность социальной рекламы. Критерии и способы оценки эффективности. Средства распространения социальной рекламы. Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы. Саморегулирование в практике создания социальной рекламной коммуникации.

Тема 4. Содержание и формы социальной рекламы.

Тематика социальных рекламных проектов и кампаний. Каналы распространения социальных рекламных продуктов.

Тема 5. Соотношение социальной и политической рекламы.

Особенности политической рекламы. Средства и инструменты социальной и политической рекламы. Социальная реклама как средство государственного и политического PR.

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

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

при проведении занятий лекционного типа: нет

при проведении занятий семинарского типа: опрос, диспут, эссе

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: домашние задания

Зачет проводится в форме подведения итогов выполнения учебной нагрузки по дисциплине, включая выполнение предусмотренных рабочей программой дисциплины заданий. На зачете представляются результаты выполнения задания по теме 9.

**Основная литература:**

1. Социальная реклама : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л.М. Дмитриева [и др.].. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — ISBN 978-5-238-01544-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>
2. Голуб О.Ю. Социальная реклама : учебное пособие / Голуб О.Ю.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 178 с. — ISBN 978-5-394-02019-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57123.html>
3. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / А.Ю. Горчева [и др.].. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 222 с. — ISBN 978-5-7567-0896-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80707.html>