

## Аннотация рабочей программы учебной дисциплины

«Технологии производства рекламного продукта» (набора 2017 года)

основной профессиональной образовательной программы по направлению  
подготовки

### 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

#### 1. Цели изучения дисциплины

формирование базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта, выработка способности к созданию содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстрированную составляющие, развитие умений художественного воплощения креативного замысла (дизайн, режиссура производства и т.д.).

#### 2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

«Технология производства рекламного продукта» – Блок 1, базовая часть - Б.1.Б.6.

#### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):

*ОК- 3, ОПК-2, ПК-12, ПК-23*

#### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

##### **Знать:**

- специфику научного знания, его отличия от религиозного, художественного и обыденного знания; главные этапы развития науки; основные проблемы современной науки и приемы самообразования
- особенности управления общественным мнением в различных сферах; эффекты воздействия СМИ на общественность; роль коммуникативных процессов в обществе
- основные виды и способы разработки стратегий; стратегии реализации коммуникационных кампаний и мероприятий;
- основные теории и методы смежных отраслей знаний и особенности видов профессиональной деятельности, методику организации и проведения научной работы и решения практических задач

##### **Уметь:**

- приобретать систематические знания в выбранной области науки, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, результатов экспериментов, происходящих в мире глобальных событий;
- выполнить анализ рыночных перспектив, конкурентоспособности рекламных продуктов для целевых потребителей;
- определять стратегические цели, осуществлять подбор и подготовку информации, заданий проектной команде, ставить цели и формулировать задачи для реализации разработанных проектов и программ;
- самостоятельно осваивать новые методы исследований и адаптироваться к решению новых практических задач;

##### **Владеть:**

- научными методами генерализации идей, навыками прогнозирования и навыками научного анализа, методологией научного подхода в научно-исследовательской и практической деятельности, навыками приобретения умений и знаний;
- навыками прогнозирования спроса, анализа эффективности различных видов технологии производства рекламных решений;
- навыками проведения проектного анализа, организации работ по разработке коммуникационных кампаний и мероприятий учётом фактора неопределённости, методических и нормативных документов;
- навыками быстрой адаптации к изменениям условий среды, решения задач, требованиями должностных обязанностей

**5. Общая трудоемкость дисциплины**

составляет 144 час., 4 зачётные единицы,  
из них аудиторные занятия – 80 часов,  
самостоятельная работа – 64 час.

**6. Вид промежуточной аттестации:** курсовая работа 2 семестр, экзамен – 2 семестр

**7. Рабочую программу разработал**

Кабеева Наталья Викторовна, к.с.н., доцент



**Заведующий кафедрой**

**М.Л. Белоножко**