

## Б1.В.ДВ.7.1 Социальная реклама

### Аннотация дисциплины

#### Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

#### Профиль подготовки «Периодическая печать»

Дисциплина (Модуль)	Б1.В.ДВ.7.1 Социальная реклама			
Содержание	<p>Объект, предмет, методология и методы рекламной деятельности. Основные исторические этапы развития и современные школы социальной рекламы за рубежом и в России. Место и роль социальной рекламы в жизни современного общества. Особенности социальной рекламы. Понятие социальной рекламы и ее отличие от других видов рекламы. Особая роль социальной рекламы в жизни общества, ее масштабы и значение. Реклама в социальном пространстве. Сущность и эффективность социальной рекламы. Особенности индивидуального и массового сознания. Взаимное влияние рекламы и социальных ценностей. Современные социальные ценности и задачи их внедрения в массы. Виды социальной рекламы. Средства распространения социальной рекламы. Общая характеристика и классификация социальной рекламы. Виды социальной рекламы: информативная социальная реклама; напоминающая и подкрепляющая социальная реклама; антиалкогольная реклама; антинаркотическая реклама и др. Большая разновидность средств распространения социальной рекламы: наружная социальная реклама; радиореклама и телевизионная социальная реклама; печатная социальная реклама; прямая почтовая социальная реклама; социальная реклама на транспорте; социальная реклама на нетрадиционных носителях (спичечные коробки, упаковка); устная социальная реклама и др. Содержание и формы социальной рекламы. Социальная и некоммерческая реклама. Государственная поддержка социальной рекламы. Благотворительная деятельность по созданию социальной рекламы. Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы. Саморегулирование в социальной рекламе. Креатив. Практическая формула социальной рекламы.</p>			
Реализуемые компетенции	<p>ОК-4 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>ОПК-2 способность ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа</p> <p>ОПК-6 способностью анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ</p>			
Результаты освоения дисциплины (модуля)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- знать основные понятия курса и уметь ими оперировать;</li><li>- иметь представление об основных характеристиках социальной рекламы;</li><li>- знать основные нормативно - правовые акты, которые используются в процессе работы в области социальной рекламы;</li><li>- иметь представления о специфике деятельности в области социальной рекламы.</li></ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- оперировать основными терминами и понятиями;</li><li>- воспроизводить содержание тем дисциплины, апеллируя к необходимым источникам;</li><li>- использовать полученные знания и навыки в практике профессиональной деятельности.</li></ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- навыками научной организации своего труда;</li><li>- концептуальными основами и теоретическим аппаратом в области социального благополучия;</li><li>- навыками современного поиска и обработки информации;</li><li>- методами критической оценки информации.</li></ul>			
Трудоемкость, ЗЕТ	2 з.е. (72 ч.)			
Объем занятий, часов	<b>Очная форма</b>			
		Лекций	Практических	Лабораторных

			занятий	занятий	
	Контроль: -				
	ИТОГО	18	18	-	36
	Всего – 72 ч.				
	<b>Заочная форма</b>				
	Контроль: 4 ч.				
	ИТОГО	6	6	-	56
	Всего - 72 ч.				
Формы самостоятельной работы студентов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовка практического материала к практическим занятиям;</li> <li>- изучение и конспектирование литературных источников;</li> <li>- подготовка электронных презентаций по отдельным разделам дисциплины;</li> <li>- выполнение докладов и рефератов</li> </ul>				
Формы отчетности	ОФО – зачет, ЗФО - зачет				
Программное обеспечение	не предусмотрено				
Материально-техническое обеспечение	<p>Для обеспечения проведения всех видов педагогической, практической и научно-исследовательской работы обучающихся предусмотрен аудиторный фонд, компьютерные классы, центр технического обеспечения, мультимедийное оборудование (в том числе: проектор, экран для проектора, ноутбук, колонки), фонды и ресурсы Научной библиотеки ИДНК:</p> <p>1. Оборудованные кабинеты и аудитории:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кабинет № 113 «Экономических дисциплин»;</li> <li>- Ауд. № 209 Научно - исследовательская лаборатория экономика образования;</li> <li>- Ауд. № 209 Научно - исследовательская лаборатория экономического развития региона.</li> </ul> <p>2. Компьютерные классы и аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ауд. № 111 – Компьютерный класс № 1;</li> <li>- Ауд. № 112– Компьютерный класс № 2.</li> </ul> <p>3. Специализированные Интернет ресурсы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Электронно – библиотечная система <a href="http://www.bibliorossica.com">www.bibliorossica.com</a>.</li> <li>2. Электронно – библиотечная система <a href="mailto:elsky@lanbook.ru">elsky@lanbook.ru</a></li> <li>3. Информационно-правовая система «Консультант +».</li> </ol>				