

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ»

Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Основы рекламы» является формирование у студентов знаний теории, истории и практики рекламы, типологии каналов передачи рекламного сообщения и основных приемов создания медиатекстов в соответствии с нормами языка.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение основ теории, истории и практики рекламы;
- ознакомление с терминологической базой рекламы;
- изучение особенностей видов рекламы и каналов передачи рекламного сообщения;
- изучение основных приемов написания медиатекстов;
- формирование профессиональных навыков в области рекламы.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование (при наличии) компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом	ИОПК 2.1 Имеет представление о структуре и потенциале рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий ИОПК 2.2 Проводит исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий ИОПК 2.3 Выбирает рациональные решения для управления бизнесом	Знать: основы рекламы. Уметь: применять знания основ рекламы. Владеть: навыками проведения анализа медиарынка и выбора канала распространения рекламы для управления собственным бизнесом.
ОПК-3 Способен управлять процессами создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий, в том числе разрабатывать алгоритмы и	ИОПК 3.1 Понимает особенности процесса создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий. ИОПК 3.2 Участвует в управлении процессами по созданию и использованию продуктов и	Знать: специфику создания рекламного продукта. Уметь: применять знания особенностей процесса создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий

программы для их практической реализации	услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий ИОПК 3.3 Разрабатывает алгоритмы и программы для практической реализации в профессиональной деятельности	профессиональной деятельности. Владеть: навыками создания рекламных продуктов в сфере информационно-коммуникационных технологий.
--	--	--

Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Теоретические основы рекламы
Тема 2. Правовое регулирование рекламной деятельности
Тема 3. Типология рекламы и каналов распространения рекламных сообщений
Тема 4. Особенности создания рекламного сообщения

Формы контроля – зачет с оценкой.