

Специальность: 1-23 01 07 Информация и коммуникация / Speciality Information and communication: 1-23 01 07 Communications

Учебная дисциплина «Социальная реклама», модуль «Корпоративные стратегические коммуникации в национальной медиасреде» / Academic discipline “Social advertising”, module: “Research methodology in modern communication studies”

<p>Краткое содержание учебной дисциплины, модуля / Brief summary</p>	<p>Цель дисциплины заключается в том, чтобы предоставить теоретические и практические знания в области социальной рекламы. Достижение этой цели открывает перед студентами возможность приобрести квалификацию, позволяющую успешно работать в области маркетинговых коммуникаций, организации и управления предпринимательской деятельностью в условиях конкурентной среды и неопределенности поведения субъектов рынка.</p>	<p>The purpose of the discipline is to provide theoretical and practical knowledge in the field of social advertising. Achieving this goal opens up the opportunity for students to acquire qualifications that allow them to successfully work in the field of marketing communications, organization and management of entrepreneurial activity in a competitive environment and uncertainty of the behavior of market participants.</p>
<p>Формируемые компетенции / The formed competences</p>	<p>Освоение учебной дисциплины «Научная журналистика и коммуникация» должно обеспечить формирование следующих универсальных и углубленных профессиональных компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • владеть методологией научного познания, быть способным анализировать и оценивать содержание и уровень философско-методологических проблем при решении задач научно-исследовательской и инновационной деятельности; • владеть современными методами сбора, обработки, анализа, представления и распространения информации с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий. 	<p>Mastering the academic discipline "Research methodology in modern communication studies" should ensure the formation of the following universal and in-depth professional competencies:</p> <ul style="list-style-type: none"> • master the methodology of scientific knowledge, be able to analyze and evaluate the content and level of philosophical and methodological problems when solving problems of research and innovation activities; • master modern methods of collecting, processing, analyzing, presenting and disseminating information using the latest information and communication technologies; • be able to develop and evaluate the effectiveness of the organization's communication policy.
<p>Результаты обучения (знать, уметь, владеть) / Learning outcomes (know, be able to)</p>	<p>В результате изучения дисциплины «Социальная реклама» студенты должны знать:</p>	<p>As a result of studying the discipline "Social Advertising", students should know:</p> <ul style="list-style-type: none"> • types, types, motives and functions of social

<p>able, have skills in)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • виды, типы, мотивы и функции социальной рекламы; • исторические основы развития рекламы, опыт становления рекламы в мире, в России и в Беларуси; • основы правового и этического регулирования в области социальной рекламы; • особенности разработки цикла создания и продвижения рекламного продукта; • креативные технологии разработки и продвижения рекламного продукта; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • хорошо ориентироваться в видах, типах, мотивах и функциях рекламы; • разрабатывать актуальную тематику социальной рекламы; • эффективно использовать креативные технологии разработки и продвижения социальной рекламы; • грамотно проводить исследование и экспертизу рекламного продукта. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оптимальными технологиями информационного воздействия в соответствующей коммуникативной среде; – методами прогнозирования результатов информационно-коммуникационной деятельности. 	<p>advertising;</p> <ul style="list-style-type: none"> • the historical foundations of advertising development, the experience of advertising formation in the world, in Russia and in Belarus; • fundamentals of legal and ethical regulation in the field of social advertising; • features of the development cycle of creation and promotion of an advertising product; • creative technologies for the development and promotion of an advertising product; <p>be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • be well-versed in the types, types, motives and functions of advertising; • develop relevant social advertising topics; • effectively use creative technologies for the development and promotion of social advertising; <p>competently conduct research and expertise of an advertising product.</p> <p>have skills in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • optimal technologies of information impact in the appropriate communicative environment; – methods of forecasting the results of information and communication activities.
<p>Семестр изучения учебной дисциплины, модуля / Semester of study</p>	<p>7</p>	<p>7</p>
<p>Пререквизиты / Prerequisites</p>	<p>«Маркетинговые коммуникации», «Деловая коммуникация»</p>	<p>"Marketing communications", "Business communication"</p>
<p>Трудоемкость в зачетных единицах (кредитах) / Credit units</p>	<p>3</p>	<p>3</p>
<p>Количество аудиторных часов и часов самостоятельной работы / Academic</p>	<p>36 / 54</p>	<p>36 / 54</p>

hour of students' class work, hours of self-directed learning		
Требования и формы текущей и промежуточной аттестации / Requirements and forms of current and interim certification	Опрос, реферат, проект, эссе, презентация / зачет	Survey, abstract, project, essay, presentation / credit