

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

Учебная дисциплина, модуль «Теория и практика рекламы» / Academic discipline, module: «Theory and Practice of Advertising»

<p>Краткое содержание учебной дисциплины, модуля / Brief summary</p>	<p>Дисциплина «Теория и практика рекламы» дает студентам возможность представить и закрепить в их мировосприятии целостную систему знаний по истории, теории и практике рекламы как социального, общественного и культурного феномена, раскрыть роль рекламы на современном этапе развития человека и общества, а также рассмотреть историю становления и развития рекламы новой Беларуси.</p>	<p>The discipline «Theory and Practice of Advertising» allows students to present and consolidate in their worldview a holistic system of knowledge on the history, theory and practice of advertising as a social, public and cultural phenomenon, reveal its role at the present stage of human development, and also consider the history of the formation and development of advertising in new Belarus.</p>
<p>Формируемые компетенции / The formed competences</p>	<p>– применять теории и парадигмы современной рекламы для осуществления коммуникативной, креативной, журналистской и управленческой деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа; – определять методологию деятельности по сбору, обработке и распространению рекламной информации с помощью СМИ; – осознавать прикладной и творческий характер рекламы и менеджмента данной сферы деятельности, оценивать современное состояние функций, технологий и институтов всего комплекса продвижения.</p>	<p>– apply the theories and paradigms of modern advertising to carry out communicative, creative, journalistic and administrative activities, taking into account the specifics of different types of mass media and other media; – determine the methodology for collecting, processing and disseminating advertising information using the media; – understand the applied nature of advertising and management in this field of activity, evaluate the current state of functions, technologies and institutions of the entire promotion complex.</p>
<p>Результаты обучения (знать, уметь, владеть) / Learning outcomes (know, be able, have skills in)</p>	<p>В результате изучения дисциплины «Теория и практика рекламы» студенты должны знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные этапы и тенденции развития рекламы; • особенности развития и исторический путь рекламы в Беларуси; • базовые понятия рекламы и маркетинга; • специфику рекламной модели СМИ; • технологии креатива. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • свободно оперировать понятиями в рамках пройденного курса; 	<p>As a result of studying the discipline «Theory and Practice of Advertising», students must to know:</p> <ul style="list-style-type: none"> • main stages and trends in the development of advertising; • features of the development and historical path of advertising in Belarus; • basic concepts of advertising and marketing; • specifics of the media advertising model; • creative technologies. <p>be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fluently operate with concepts within the framework of the completed course;

	<ul style="list-style-type: none"> • собирать определенную информацию, проводить несложные маркетинговые исследования; • работать по схеме «позиционирование – предложение рекламной идеи – создание слогана – написание текста печатной рекламы -- написание сценария радиоролика – написание сценария телевизионного ролика и т. д.; • готовить медиа-материалы рекламного характера; • разрабатывать несложные рекламные кампании; • применять полученные знания при решении профессиональных и общекультурных задач. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками профессиональной дискуссии и аргументации; • умением систематизировать и обобщать материал; • умением корректно формулировать и обосновывать собственную точку зрения по проблемам креатива и продвижения. 	<ul style="list-style-type: none"> • collect certain information, conduct simple marketing research; • work according to the scheme “positioning – proposing an advertising idea – writing the text of a printed advertisement – writing a script for a radio commercial – writing a script for a television commercial, etc; • prepare advertising media materials; • develop simple advertising campaigns; • apply the acquired knowledge when solving professional and general cultural problems. <p>have skills in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • skills of professional discussion and argumentation; • the ability to systematize and generalize material; • the ability to correctly formulate and justify one’s own point of view on the problems of creative and promotion.
Семестр изучения учебной дисциплины, модуля / Semester of study	6	6
Пререквизиты / Prerequisites	Язык и стиль средств массовой коммуникации	The language and style of mass communication
Трудоемкость в зачетных единицах (кредитах) / Credit units	–	–
Количество аудиторных часов и часов самостоятельной работы / Academic hour of students' class work, hours of self-directed learning	36 / 6	36 / 6
Требования и формы текущей и промежуточной аттестации /	реферат, дискуссия, презентация / зачет	essay, discussion, presentation / credit

Requirements and forms of current and interim certification		
---	--	--