

АНАЛИЗ СЛУЧАЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

1. Цель освоения дисциплины

Освоение теоретических знаний в области анализа ситуаций в рекламе и связях с общественностью, приобретение умения их применять на практике или ситуациях, имитирующих профессиональную деятельность, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускникам бакалавриата «Реклама и связи с общественностью».

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Анализ случая в рекламе и связях с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Анализ случая в рекламе и связях с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплины «Психология массовых коммуникаций». Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Современная пресс-служба», прохождения практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;
- особенности case-study метода обучения и особенности его использования в учебном процессе;
- case-study метод обучения и особенности его использования в учебном процессе;
- технологию работы с кейс-методом;

уметь

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;
- находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и быть готовым нести за них ответственность;
- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

владеть

- общими навыками и методом кейс-обучения;
- навыками составления и решения кейсов;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации;

– традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 4,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 144 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 64 ч., СРС – 80 ч.),

распределение по семестрам – 6,

форма и место отчётности – аттестация с оценкой (6 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Case-study метод обучения и особенности его использования в учебном процессе.

Понятие case-study метода обучения и история его возникновения. Цели и возможности использования case-study метода обучения. Общая характеристика метода case-study. Формы представления case. Отличие case от задач или упражнений.

Классификация кейсов.

Элементы кейса. Этапы составления кейса. Этапы составления кейса. Элементы кейса. Этапы составления кейса.

Технология использования в учебном процессе кейс метода обучения и трудности при работе с кейсами..

Этапы проведения занятия с кейсами. Сценарии работы над кейсом. Трудности при работе с кейсами и особенности. использования данного метода.

Основные принципы представления case..

Устная презентация case. Этапы подготовки.

6. Разработчик

Овсянникова Татьяна Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры социальной работы.