

# 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 дисциплин «Психология массовых коммуникаций», «Современная пресс-служба».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Корпоративный менеджмент», 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 – 26 ч., СРС – 114 ч.),  
распределение по семестрам – 4 курс, лето,  
форма и место отчётности – аттестация с оценкой (4 курс, лето).

#### **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.