

# СОЗДАНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ СРЕДСТВАМИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

## 1. Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов знаний об особенностях социокультурной среды посредством изучения основных технологий, реализуемых в сфере рекламы с связями с общественностью.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Иностранный язык», «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью», «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях», «Русский язык», «Теория и практика рекламы», «История связей с общественностью в социально-культурной сфере».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Интегрированные коммуникации», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Цифровые коммуникации», «Бренд в социокультурной сфере», «Дизайн рекламного-коммуникационного продукта», «Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью», «Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий», «Коммуникационные основы деятельности СМИ в связях с общественностью», «Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ», «Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Организация специальных мероприятий в рекламе и связях с общественностью», «Политическая реклама», «Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации)», «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере современной России», «Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России», «Рекламное обеспечение проектных мероприятий», «Современная пресс-служба», «Социальная реклама», «Технологии формирования имиджа в социокультурной сфере», «Управленческие коммуникации в организации», «Формы коммуникации в проектной деятельности», прохождения практик «Преддипломная практика», «Профессионально-творческая практика».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### *знать*

- этапы формирования среды и ее производность от рекламы, типы среды, типы аудитории и культур;
- анализировать типы получаемой и отправляемой информации, а также результаты ее

влияния на потребителя;

– основные направления и этапы создания и функционирования социокультурной среды;

#### ***уметь***

– выделять основные направления исследования в рамках изучаемой дисциплины, определять ее место в системе научного знания, анализировать причины помех коммуникации разного уровня;

– определять разного вида помехи в коммуникации (неверное членение речевой цепи, проблемы соотношения графики со звуками, различия в коннотативной маркированности лексики и т.д.);

– определять структуру социокультурной среды и дифференцировать ее в различных сферах рекламы в зависимости от аудитории;

#### ***владеть***

– понятийным аппаратом данного раздела изучаемой дисциплины, понятийным аппаратом, навыками реализации речевых умений в учебной и профессиональной коммуникации;

– понятийным аппаратом данного раздела, навыками выявления факторов целенаправленного воздействия на аудиторию;

– приемами и методами создания как простейшей так и многоуровневой среды в организации, корпорации, межорганизационной среде.

### **4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение**

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 12 ч., СРС – 92 ч.),

распределение по семестрам – 3 курс, зима,

форма и место отчётности – зачёт (3 курс, зима).

### **5. Краткое содержание дисциплины**

Понятие и структура социокультурной среды.

Основные виды социокультурной среды. Структурные элементы и этапы формирования.

Место социокультурной среды в сфере связей с общественностью и рекламы

Специфика социокультурной среды, создаваемой посредством рекламы и связей с общественностью.

Влияние рекламы и связей с общественностью на формирование определенных видов социокультурной среды. Особенности среды в различных культурах и целевых аудиториях

Технологии создания социокультурной среды в сфере связей с общественностью.

Основные техники и технологии создания социокультурной среды в рекламе и связях с общественностью

### **6. Разработчик**

Боровицкая Ю. В. К.п.н., доцент кафедры социальной работы ФГБОУ ВО ВГСПУ.