

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», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», «Русский язык», «Теория и практика медиакommunikаций».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «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», «Современная пресс-служба», «Управленческие коммуникации в организации», прохождения практики «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);
- способен организовывать продвижение продукции СМИ (ПК-2).

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 – 30 ч., СРС – 74 ч.),

распределение по семестрам – 4,

форма и место отчётности – зачёт (4 семестр).

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.