

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.10.2023 18:40:39
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии рекламы в различных сферах

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	39.04.01 Социология
Направленность (профиль)	Социология маркетинга и рекламы
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма обучения	очная

Учебная дисциплина «Технологии рекламы в различных сферах» изучается во втором семестре.

Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

второй семестр - экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Технологии рекламы в различных сферах» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Технологии рекламы в различных сферах» являются:

- исследовать современные инновационные технологии и их роль в сфере рекламы.
- проанализировать воздействие социальных медиа на рекламную деятельность.
- выявить особенности использования различных платформ для достижения целевой аудитории.
- исследовать роль и влияние искусственного интеллекта в рекламе.
- анализировать этические аспекты рекламы в разных сферах, таких как здравоохранение, образование, культура и экология.
- исследовать адаптацию рекламы к различным культурным и социокультурным контекстам.
- проанализировать роль эмоций в рекламе и их воздействие на потребителей.
- исследовать воздействие рекламы в сфере устойчивого развития на общественное сознание.
- проанализировать роль рекламы в формировании образа бренда и стереотипов.
- исследовать роль алгоритмической рекламы и аналитики данных в оптимизации рекламных кампаний.
- формирование у обучающихся компетенции, установленной образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-1 Способен обоснованно отбирать и использовать современные информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач	ИД-ОПК-1.2 Осуществление обоснованного выбора методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез исследования и надежности полученных данных
ПК-2 Способен проводить социологические и маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИД-ПК-2.1 Применение теории и практики маркетинговых исследований. Предложение моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов
	ИД-ПК-2.2 Разработка предложений по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании, консультирование по его проведению

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	144	час.
---------------------------	---	------	-----	------