

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.06.2024 12:45:29
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. | 128 | час. |
|---------------------------|---|------|-----|------|