

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))

АННОТАЦИЯ К
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Социальная реклама

Направление подготовки: 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся практических компетенций в области разработки, реализации и оценки эффективности кампаний социальной рекламы, включая создание медиатекстов и медиапродуктов, адаптированных к специфике различных отраслей экономики (в том числе транспортного комплекса), с применением инструментов медиааналитики и соблюдением норм медиаграмотности, языка и особенностей знаковых систем.

Задачи дисциплины: изучить технологические аспекты проектирования – Освоение теоретических основ, типологии и современных технологий создания медиатекстов и медиапродуктов социальной рекламы с учетом норм медиаграмотности, профессиональной этики и особенностей знаковых систем.

- Формирование практических навыков адаптации содержания, стиля и каналов распространения социальной рекламы к специфике целевых аудиторий и отраслевому контексту.

- Развитие аналитических компетенций в области планирования и оценки эффективности стратегий социальных кампаний на основе инструментов медиааналитики и работы с большими данными.

- Отработка навыков разработки концепций, креативных стратегий и медиапланов социальных рекламных кампаний для организаций транспортного комплекса и социально значимых отраслевых инициатив.

Формирование умения критически оценивать социальные, этические и коммуникативные эффекты создаваемых рекламных продуктов в сферах, имеющих высокое общественное значение.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).