

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:02:14

Уникальный идентификационный ключ:

d74ce93cd40e0e0e86412a1c8e

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Социальная и Государственная реклама
Краткое содержание	Теоретические основы социальной рекламы. История становления социальной рекламы в России. Социальная реклама в странах Запада: история становления и законодательство. Социальная реклама как форма представления социальной информации. Система объектов социальной рекламы. Особенности сегментирования целевой аудитории социальной рекламы. Эффективность социальной рекламы. Стратегии рекламирования социально значимых идей, посвященных защите природы. Стратегии рекламирования социально значимых идей, посвященных защите человека.
Результаты освоения дисциплины	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
Трудоемкость з.е.	3
Форма отчётности	Зачет с оценкой
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	Мандель Б.Р. Социальная реклама: учебное пособие: [для студентов вузов, обучающихся по напр. "Экономика"]/Б.Р. Мандель. – Москва: Вузовский учебник: Инфра-М, 2019. – 302с.: ил., табл. – (Вузовский учебник). – Гриф: Доп. УМО. – Библиогр.: с. 298-299. – ISBN 978-5-9558-0177-3. – ISBN 978-5-16-004483-5
Дополнительная литература	Социальная реклама: учебное пособие/Л.М. Дмитриева, Ю.С. Вернадская, Т.А. Костылева и др.; ред. Л.М. Дмитриева. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 271 с.: схем., табл., ил. - (Азбука рекламы). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01544-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118141 Кириллова В.Л. PR в некоммерческом секторе: практическое пособие/В. Л. Кириллова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 129 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298176 . – ISBN 978-5-4475-3970-2. Марусева И.В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование)/И. В. Марусева. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 421с.: ил. – Режим доступа: по

	<p>подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-4568-0.</p> <p>Реклама и PR. Смена стратегий в новую эпоху/под ред. Е. А. Карцевой. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 200 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602505. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1903-8.</p>
--	--