

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б3.В.ДВ.6.1 «Визуальные коммуникации в связях с общественностью»

Дисциплина «Визуальные коммуникации в связях с общественностью» является обязательной дисциплиной вариативной части профессионального цикла дисциплин подготовки бакалавров по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется кафедрой «Психология и педагогика» на факультете гуманитарного образования ФГБОУ ВПО «Самарский государственный технический университет»

Целью освоения дисциплины «Визуальные коммуникации в связях с общественностью» является формирование профессиональных компетенций, необходимых для реализации организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности.

Основной задачей курса является: формирование и развитие компетенций, позволяющих продуктивно использовать знания видов, методов и целей визуальной коммуникации, инструментов формирования коммуникативного процесса, особенностей построения визуальной коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью, принципов построения стилеобразующей идеи бренда; приобретение умений применять теоретические знания для наполнения коммуникационной среды визуальными элементами, организовывать информационную поддержку деятельности организации; овладеть навыками постановки дизайнерской задачи и ее практического решения при различных условиях, творческих и технических требованиях.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника:

- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);
- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные работы, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль в формате тестирования, рубежный контроль в форме аттестации по результатам текущего контроля знаний студентов, промежуточный контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные 16 ч, лабораторные работы 32 ч и 24 ч самостоятельной работы студента.