

ПАСПОРТ ОНЛАЙН-КУРСА

Описание курса

Название ОК	
Социальная реклама	
Структурное подразделение – разработчик ОК	
Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	
Трудоемкость ОК в зачетных единицах/часах:	
<i>Вид учебной работы</i>	<i>Количество зет/часов</i>
Лекции	9
Самостоятельная работа	9
Промежуточная аттестация (зачет/экзамен)	зачет
Итого:	18

Информация об авторе/авторском коллективе (для каждого из авторов)

ФИО	Гончарова Наталья Владимировна
Место работы (организация, структурное подразделение), должность	УлГУ, кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Ученая степень	К.социол.н.
Ученое звание	-

ФИО	Андреева Юлия Витальевна
Место работы (организация, структурное подразделение), должность	УлГУ, кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Ученая степень	К.псих.н.
Ученое звание	-

Аннотация курса

О курсе
Изучение данного онлайн-курса направлено на повышение общего уровня компетенций о социальных коммуникациях в России через системное распространение профессиональных подходов, технологий и методов повышения эффективности социальной рекламы. Онлайн-курс направлен на понимание значимости социальной рекламы и эффективности её применения в комплексе социальных коммуникаций в различных сферах деятельности, расширение знаний о требованиях к разработке и продвижению социальной рекламы для коррекции региональных социальных проблем, а также на формирование навыков оценки средства продвижения социальной рекламы в комплексе коммуникаций с разными целевыми аудиториями.
Формат курса
Онлайн-курс «Социальная реклама» состоит из видеолекций, презентаций, конспектов, контрольных вопросов, заданий для самостоятельной работы, тестовых заданий
Структура курса
Раздел 1. Социальная реклама в системе общественных отношений Тема 1. Понятие социальной рекламы Тема 2. Правовое регулирование социальной рекламы Тема 3. Этическое регулирование социальной рекламы

Раздел 2. Социальная реклама в различных секторах деятельности

Тема 4. Социальная реклама в государственном секторе

Тема 5. Социальная реклама некоммерческих организаций

Тема 6. Социальная реклама для предпринимательского сектора

Раздел 3. Особенности создания и размещения социальной рекламы

Тема 7. Методы и приёмы воздействия в социальной рекламе

Тема 8. Форматы и каналы распространения социальной рекламы

Тема 9. Оценка эффективности социальной рекламы