

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	«Теория рекламы»
Формируемые компетенции (части компетенций)	ПК-1
Задачи дисциплины	- рассмотреть теоретические основы рекламы как маркетинговой коммуникации (категориальный аппарат, классификации и т.д.), творческие аспекты рекламной деятельности; - дать представления об основных средствах и видах рекламы в их историческом развитии; - изучить особенности социальной и политической рекламы.
Основные разделы / темы дисциплины	1. Основы рекламы. Творческие аспекты рекламы. 2. Средства и виды рекламы в историческом развитии. 3. Особенности социальной и политической рекламы.
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины	«3» зач. ед., «108» акад. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	ИКР, ч	Промежуточная аттестация, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы			
1	12	12	-	49	-	35	