

## Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Теория рекламы						
Формируемые компетенции	ПК-1						
Задачи дисциплины	<p>- рассмотреть теоретические основы рекламы как маркетинговой коммуникации (категориальный аппарат, классификации и т.д.), творческие аспекты рекламной деятельности;</p> <p>- дать представления об основных средствах и видах рекламы в их историческом развитии;</p> <p>- изучить особенности социальной и политической рекламы</p>						
Основные разделы / темы дисциплины	<p>1. Основы рекламы. Творческие аспекты рекламы.</p> <p>2. Средства и виды рекламы в историческом развитии</p> <p>3. Особенности социальной и политической рекламы.</p>						
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой						
Общая трудоемкость дисциплины	3 зач. ед., 108 акад. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	Промежуточная аттестация, ч	Всего за семестр, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы			
1	16	32		60		108	