

СОЦИОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

Социология рекламы непосредственно аккумулирует знания-теоретические и практические о различных аспектах рекламно-информационной деятельности.

Освоение данного курса требует решения следующих задач - выработать у них научный подход и правильное понимание проблем организации и функционирования рекламы в современном обществе. При этом особое внимание уделяется изучению социально-психологических особенностей рекламной коммуникации, проведению рекламных исследований и организации эффективного воздействия с применением новых рекламных технологий.

Требования к уровню усвоения курса связаны с овладением содержанием основных базовых понятий рекламы и терминов, концепций развития и функционирования комплекса маркетинговых коммуникаций, пониманием современных рекламных технологий, умением применять на практике качественные и количественные исследования в интересах создания эффективной рекламы.