

**АКАДЕМИЯ за МУЗИКАЛНО, ТАНЦОВО и ИЗОБРАЗИТЕЛНО
ИЗКУСТВО „Проф. Ас. Диамандиев“ – Пловдив**



ФАКУЛТЕТ “МУЗИКАЛЕН ФОЛКЛОР И ХОРЕОГРАФИЯ”

КАТЕДРА „ТЕОРИЯ НА ИЗКУСТВОТА“

УЧЕБНА ПРОГРАМА

по дисциплината

Реклама

Образователно-квалификационна степен: “Магистър”

Редовно обучение

ИЗГОТВИЛ:

(проф. д-р Л. Караджов)

АНОТАЦИЯ

Изучаването на дисциплината „Реклама“ в магистратурата „PR на арторганизации“ цели:

1. Да запознае студентите с рекламата като платена форма на нелична комуникация и възможностите и да насърчи закупуването на конкретен продукт.
2. Да изясни комуникационната същност на рекламните послания и способността им да мотивират необходимост за придобиване на продукт от пазара.
3. Да формира знания за рекламата като елемент от Интегрираните маркетингови комуникации, като създаде умения да се разграничават рекламата и връзките с обществеността като комуникационни дейности с различни цели и подходи.

4. Да подготви студентите да изясняват добре целевите групи на рекламата и свързаните с това комуникационни подходи.

5. Курсът цели студентите да видят рекламната дейност в хронологията на комуникацията от античността до наши дни /протореклама, начало на същинската реклама и рекламата в днешното информационно общество/.

6. Предвид спецификата на магистратурите в лекционния курс по реклама се поставя задачата да се проследят рекламните проявления в различните видове изкуства /музика, литература, визуални изкуства/.

ОЦЕНЯВАНЕ

Оценката по предмета се поставя след положен от студентите изпит.

Изпитът е писмен по зададени от конспекта теми или тест. Студентите имат 60 минути да развият своите въпроси или да попълнят теста да предадат на преподавателя работата си.

Критерии за оценяване

1. Обем, степен и трайност на знанията
2. Способност теоретичният материал да се интерпретира свободно и да се правят качествени връзки между различните преподадени теми.
3. Възможност да се състави текст с терминологията на PR-а
4. Умение да се акцентира върху същественото и значимото