

АННОТАЦИЯ
дисциплины (учебного курса)
Б1.Б.17 «Основы рекламы и связей с общественностью»

1. Цели и задачи изучения дисциплины (учебного курса)

Цель – сформировать у студентов навыки планирования и реализации комплекса мероприятий по продвижению в рамках маркетинговой стратегии организации.

Задачи:

1. Формирование развернутых представлений о рекламе и PR, как видах коммуникативной деятельности.
2. Формирование востребованных современной практикой навыков работы с существующими общественными, коммерческими и государственными институтами.

2. Место дисциплины (учебного курса) в структуре ООП ВО

Данная дисциплина (учебный курс) относится к дисциплинам базовой части.

Дисциплины, учебные курсы, на освоении которых базируется данный учебный курс – «Правовые основы и профессиональная этика», «Русский язык и культура речи», «Художественно-публицистические жанры», «Работа колумниста в СМИ».

Дисциплины, учебные курсы, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины (учебного курса) – «Экономика и менеджмент СМИ», «Государственная итоговая аттестация».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (учебному курсу), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Формируемые и контролируемые компетенции	Планируемые результаты обучения
- способность применять знание основ публичных отношений и рекламы в профессиональной деятельности (ОПК-	Знать: - сущность и особенности рекламной и PR-деятельности; - структуру и инфраструктуру рынка рекламных и PR-услуг; - технологическую и сущностную взаимосвязь

21)	журналистики, рекламы и связей с общественностью
	Уметь: - создавать и распространять рекламные и PR-материалы о деятельности организаций разной формы собственности
	Владеть: - способностью анализа рекламных и PR-материалов; - способностью обеспечивать продвижение медиапродукта на информационный рынок, его информационно-рекламную поддержку

Тематическое содержание дисциплины (учебного курса)

Раздел, модуль	Подраздел, тема
Модуль 1. Реклама и связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций	Маркетинг в системе управления современным предприятием
	Комплекс продвижения в системе маркетинговых коммуникаций
Модуль 2. Реклама как вид деятельности	Процесс рекламной деятельности
	Принципы организации рекламы
Модуль 3. История рекламы	История зарубежной рекламы
	История отечественной рекламы
Модуль 4. Виды рекламы	Типология рекламы по целям и по формам
	Социальная реклама
Модуль 5. Сегментирование	Виды сегментирования
	Целевая аудитория
Модуль 6. Рекламное обращение	Психотипы в рекламе
	Правила написания рекламного текста
Модуль 7. Связи с общественностью как вид деятельности	Связи с общественностью в системе продвижения. Интегрированные маркетинговые коммуникации
	Информационный аудит
	Этапы построения пиар-кампании
	Оценка эффективности в связях с общественностью
	Методы, формы и технологии в связях с общественностью
	История связей с общественностью
Модуль 8. Работа с информацией в связях с общественностью	Управление информацией
	Этические и правовые регуляторы рекламной и PR-деятельности

Модуль 9. Связи с общественностью в системе социальных отношений	Имидж компании
	Кризисные коммуникации
	Внутренние коммуникации
	Политические коммуникации
Модуль 10. Реклама, журналистика и связи с общественностью: основы взаимодействия	Виды текстов в связях с общественностью.
	Продвижение в Интернете
	Защита проектов

Общая трудоемкость дисциплины – 2 ЗЕТ.