АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.07.01
«Современные технологии рекламы и связи с общественностью» ЗФО

Объем трудоемкости:

3 зачетные единицы (108 часов, из них – 32,2 ч. контактной нагрузки: лекций 8 ч.; практических 24 ч., 0,2 ИКР; 72 ч. самостоятельной работы, 3,8 ч. контроль)

Цель дисциплины – изучить современные методы и технологии выстраивания коммерческих коммуникаций и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Основные задачи дисциплины:

1. рассмотреть теоретические аспекты рекламной деятельности;
2. описать современные тенденции в развитии рекламной и ПР- индустрии;
3. рассмотреть современные стратегии, используемые в рекламной и ПР-практиках.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Вариативная часть». ФГОС по направлению подготовки ВО 42.04.03 - «Издательское дело» (магистратура).

При изучении данной дисциплины магистранты должны опираться на знания, умения и навыки, полученные в результате изучения следующих предметов – «Маркетинг-менеджмент в издательском деле», «Издательские стратегии» и др. Знания, умения и навыки, сформированные при овладении данной дисциплиной необходимы для успешного изучения таких курсов, как «Издательское планирование», «Менеджмент качества издательской продукции», «Экономика и менеджмент СМИ» и др.

Требования к уровню освоения дисциплины

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОПК - 3	Способность генерировать новые идеи и находить творческие решения профессиональных задач.	основные тенденции развития рынка рекламы, сущность маркетинговой деятельности в современном мире	осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия, применяя современные рекламные и ПР-стратегии	способностью реализовывать знания в области современных рекламных и ПР-коммуникациях в сфере профессиональной деятельности

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
2.	ПК-9	способность координировать взаимодействие пользователей с веб-сайтами, предназначенными для коллективной разработки, хранения, структуризации информации	актуальные проблемы медиа экономики	организовать управление контентом в рамках издающей организации	методиками создания и управления веб-сайтами издающих организаций
3.	ПК-11	Способность анализировать тенденции развития отечественного и зарубежного рынков печатных и электронных изданий	особенности и принципы организации деятельности средств массовой информации (СМИ) в условиях рыночной экономики;	самостоятельно анализировать экономическую деятельность и процессы, протекающие в российских СМИ	ключевыми понятиями и базовыми категориями современного процесса продвижения СМИ
4.	ПК-12	Способность разработать концепцию и контент веб-сайтов издающих организаций и предприятий распространения издательской продукции	методы разработки контента, его адаптации для веб-сайта	организовать управление контентом в рамках издающей организации	методиками создания и управления веб-сайтами издающих организаций и предприятий распространения издательской продукции

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
5.	ПК-13	принципы распространения различных видов издательской продукции	организовать процесс распространения издательской продукции с использованием современных технологий	организовать процесс распространения издательской продукции с использованием современных технологий	навыками управления процессом распространения издательской продукции, взаимодействия с клиентами, поставщиками и партнерами

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в семестре В (для студентов ОФО)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Современные тенденции развития рекламного рынка	22	2	6	-	14
2.	Современные рекламные стратегии	22	2	6	-	14
3.	Реклама в соцсетях	21	2	5	-	14
4.	Связи с общественностью корпорации в 21в.	21	2	5	-	14
5.	Обзор пройденного материала. Прием зачета	18	-	2	-	16
	Иная контактная работа	0,2	-	-	-	-
	Контроль	3,8	-	-	-	-
	Всего:	108	8	24	-	72

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. URL: https://www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4
2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. :

Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. URL: https://www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036

3. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 411 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02980-2 URL: https://www.biblio-online.ru/book/9E6F7ED1-7DC9-4430-93FD-752932089C37
4. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и pr : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 391 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00765-7. URL: https://www.biblio-online.ru/book/48F63921-D1D7-4D24-BD2F-A533447EDC5E

Авторы РПД:

- О.В. Хлопунова, канд. филол. наук, доцент кафедры издательского дела и медиатехнологий

- Г.А. Абрамова, д-р филол. наук, профессор кафедры издательского дела и медиатехнологий