

Аннотация
дисциплины Б.1.В.14 «Современные рекламные и PR-стратегии»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 ч., из них – 8,2 ч. аудиторной нагрузки: 4 ч. лекционных занятий, 4 ч. – практических, 60 ч. – самостоятельной работы, 3,8 ч. – контроль, 0,2 ч. – ИКР).

Объем трудоемкости: 2 ЗЕТ (2 ЗЕТ (72 часа, из них – 8,2 ч. аудиторной нагрузки: лекционных – 4 ч., практических - 4 ч.; самостоятельной работы – 60 ч., ИКР – 0,2 ч., контроль – 3,8 ч.).

Цель дисциплины – усвоение обучающимися системы знаний в области технологий рекламы и связей с общественностью, позволяющими выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной и личностной сферах с учетом российского и зарубежного опыта.

Задачи дисциплины

- рассмотреть теоретические аспекты рекламной деятельности;
- описать современные тенденции в развитии рекламной индустрии;
- рассмотреть современные стратегии, используемые в рекламной и PR-деятельности.
- овладеть необходимыми знаниями практического применения технологий, используемых в мировой и отечественной практике рекламы и PR.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина Б.1.В.17 «Современные рекламные и PR-стратегии» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина Б1.В.17 «Современные рекламные и PR-стратегии» опирается на положения таких учебных дисциплин как «Правовые основы журналистики», «Основы журналистской деятельности», «Практическая журналистика».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных и профессиональных* компетенций: *ОПК-13, ОПК-20, ПК-3*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-13	Способностью следовать принципам работы журналиста с источниками информации, знать методы ее сбора, селекции, проверки и анализа, возможности электронных баз данных и методы работы с ними	Методы сбора, селекции, проверки и анализа информации	Использовать возможности электронных баз данных и методы работы с ними	Способностью следовать принципам работы журналиста с источниками информации

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
2	ОПК-20	Способностью использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач, ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ	Формы и методы применения в медиасфере новейших цифровых технологий.	Ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ	Способностью использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач
3.	ПК-3	Способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	Требования, предъявляемые к медиатексту в различных типах СМИ	Анализировать, оценивать и редактировать медиатексты,	Способностью приводить медиатексты в соответствии с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Определение и сущность понятия «рекламная стратегия».		2		-	6
2.	Современные подходы к размещению рекламы.		2		-	6
3.	Разработка рекламной стратегии.				-	10
4.	Определение понятия «PR-стратегия»..				-	10
5.	Разработка PR-стратегии.			2	-	6
6.	Потребительская ценность услуги PR в системе рынка				-	10

7.	Итоговое занятие. Зачет		-	2	-	12
	<i>Итого по дисциплине:</i>		4	4	-	60

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учебное пособие для студентов вузов / Под ред. В.М.Горохова. М., Аспект-Пресс. 2017 Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/97268/#1>
2. Кузнецов, П.А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии [Электронный ресурс] / П.А. Кузнецов. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 296 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/107008/#1>

Автор РПД: С.А. Мищенко к.филол. наук.