АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.03.01
«Региональный рекламно-информационный рынок»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 8,2 контактных часа, лекционных 4 ч., практических 4 ч.; 60 часов самостоятельной работы; 3,8 часов контроль, 0,2 ч. ИКР)*

Цель освоения дисциплины – ознакомить студентов с особенностями формирования и функционирования рынка рекламно-информационных услуг регионального уровня.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:
- механизмы разработки PR и рекламы в государственной политике;
- взаимосвязь коммуникации, политики и управления;
- теории государственного управления;
- коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности;
- специфика рекламы и PR в органах государственной власти и политическом секторе;
- соотношение государственного и муниципального управления;
- мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Региональный рекламно-информационный рынок» входит в раздел «Б.1. Профессиональный цикл. Базовая (общепрофессиональная) часть» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Преподавание дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин - «Социология», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации».

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Региональный рекламно-информационный рынок», необходимы в ходе прохождения студентами практик, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Региональный рекламно-информационный рынок» направлен на формирование следующих компетенций:
- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компет	Содержание компетенции (или её	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны

	енции	части)	**знать**	**уметь**	**владеть**
1	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	*знать* способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	*уметь* разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	*владеть* навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности
2	**ПК-11**	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	*знать* аспекты взаимодействия СМИ с другими социальными институтами, влияния на культуру и аудиторию, роль в формировании общественного мнения; *знать* современные процессы в сфере масс-медиа: влияние процесса глобализации, возникновение транснациональных СМИ, феномены медиаимериализма и альтернативных СМИ	*уметь* анализировать деятельность современных СМИ; *уметь* изучать аудиторию СМИ, ее отношение и предпочтения	*владеть* методами проведения PR-кампаний и формирования имиджа

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура	9	1	-	-	8
2	Взаимосвязь коммуникации, политики и управления	9	1	-	-	8
3	PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект	9	1	-	-	8
4	Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности. *Итоговое занятие*	9	1	-	-	8
	Итого по дисциплине:		4		-	32

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Основные инструменты и технологии, применяемые на рекламно-информационном рынке	8	-	1	-	7
2	Методы анализа рекламно-информационного рынка	8	-	1	-	7
3	Оценка эффективности работы инструментов	8	-	1	-	7
4	Проблемы и перспективы развития регионального рекламно-информационного рынка *Итоговое занятие*	8	-	1	-	7
	Итого по дисциплине:			4	-	28

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210

Автор РПД: канд. ист. наук, доц. Виноградова К.В.