

## **АННОТАЦИЯ рабочей программы по дисциплине «Б1.0.12.01 Маркетинг в рекламе и связях с общественностью» ЗФО**

**Направление**  
подготовки/специальность 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Объем трудоемкости : 4 зачётные единицы**

**Цель освоения дисциплины** – формирование теоретических знаний и профессиональных компетенций в области организации эффективной маркетинговой коммуникационной деятельности через активное использование основных форм и методов PR и рекламы.

### **Задачи дисциплины:**

- определение роли и места рекламы и связей с общественностью в маркетинге для достижения намеченных результатов субъектов рынка;
- изучение влияния маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и стимулирование сбыта товара;
- определение и обоснование инструментов рекламы и связей с общественностью в том числе и для повышения качества обслуживания потребителей;
- использование элементов антикризисного управления в организации работы субъекта рынка;
- выработка стратегических решений по использованию PR и рекламных кампаний в целях успешного позиционирования субъекта рынка, построения имиджа и социально-деловой активности;
- определение методов оценки экономической и коммуникативной (социально-психологической) эффективности инструментов рекламы и связей с общественностью.

### **Место дисциплины в структуре ООП ВО**

Дисциплина «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части Блока 4 «Маркетинг» учебного плана.

Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения ООП, дает возможность расширения и углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых дисциплин ООП, позволяет студенту получить углубленные знания и навыки успешной профессиональной деятельности и для продолжения профессионального образования в магистратуре.

Дисциплина «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

Для освоения дисциплины «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью» студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения дисциплины «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью». Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин как «Маркетинговые и социологические исследования в области СМИ», «Разработка и планирование маркетинговой стратегии», «Управление проектами в рекламно-информационной деятельности», «Организация специальных мероприятий».

### **Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-1 (способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и медиапродукты, и коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем), ПК-1 (способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ).

**Основные разделы дисциплины:** Организационно-правовые основы PR и рекламы в системе маркетинга; Организационные формы управления рекламой и PR; Особенности аутсорсинга услуг в сфере рекламы и связей с общественностью; Внутрикorporативные связи с общественностью. Антикризисное управление маркетингом в организации.

**Курсовые работы:** *не предусмотрены*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *экзамен*

Авторы РПД – канд. полит. наук В.А. Абрамова, канд. экон. наук, Л.А. Недыхалов