

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Основы рекламы и PR в издательском деле»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность _____ 42.03.03 Издательское дело _____
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Объем трудоемкости: 4 зет (144 часа)

Цель дисциплины: Целью изучения дисциплины изучение студентами основных концепций и методов разработки рекламной и PR-продукции, организации и проведения рекламных и PR-кампаний, а также контроля их эффективности, формирование стройной системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы ее развития

Задачи дисциплины:

- сформировать кругозор будущих издателей путем освоения ими возможно большего объема исторических и современных знаний о рекламе и PR;
- показать, каким образом реклама как форма социальной коммуникации по мере своего развития становится формирующим фактором культурной и общественной жизни;
- дать анализ стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением коммерческой деятельностью на предприятиях издательской отрасли;
- рассмотреть роль и функции основных участников и составляющих рекламного процесса и PR-коммуникации.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Основы рекламы и PR в издательском деле» относится к части Блока 1 Дисциплины (модули) учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ПК-03 Способен выявлять покупательский спрос на издательскую продукцию, оценивать конъюктуру рынка, участвовать в реализации медиапродукта на федеральном и региональном рынках

Основные разделы дисциплины:

Реклама в системе массовых коммуникаций. Виды и средства рекламы. Планирование рекламной деятельности. Организация рекламной деятельности. Психология рекламы. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности. Технология и содержание PR-деятельности. Организация PR-деятельности. Инструменты PR-деятельности. Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности.

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Хлопунова О.В. кандидат филологических наук доцент кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии