

## **АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Б1.О.19 Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах» ЗФО**

### **Направление**

подготовки/специальность **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Объем трудоемкости:** 3 зачетные единицы

### **Цель дисциплины**

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

### **Задачи дисциплины**

В ходе реализации задач курса предполагается рассмотреть:

- 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 «Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах» относится к *базовой* части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Преподавание дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин – «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации».

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах», необходимы в ходе прохождения студентами практик, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

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

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

- **ОПК-2** - способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
- **ПК-4** - способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта

**Основные разделы дисциплины:** Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура; Взаимосвязь коммуникации, политики и управления; PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект; Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности; Специфика рекламы и PR в органах государственной власти и политическом секторе; PR-сопровождение государственного и муниципального управления на региональном уровне; Мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR.

**Курсовые работы:** *не предусмотрены*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *зачет*

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