

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.ДВ.03.02 Рейтинги в рекламе и связях с общественностью» ЗФО**

Направление

подготовки/специальность 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Объем трудоемкости: 3 зачётных единицы,

Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины является приобретение студентами теоретических и практических знаний, умений и навыков в области формирования рейтингов для ориентации во всем многообразии оценивания результатов рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины

- сформировать систему знаний о методологии и методике научного исследования в рейтингах областей рекламы и связей с общественностью;
- изучение специфики методик информирования заинтересованного потребителя;
- обретение навыков, обеспечивающих потребительский интерес.
- способствовать развитию сознания, креативности и личностному росту студентов.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 «РЕЙТИНГИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» относится к вариативной части Блока 4 «Маркетинг» учебного плана.

Роль и значение учебной дисциплины «Экспертные оценки в профессиональной сфере» состоит в формировании профессиональных знаний и аналитико-проекционных навыков бакалавра. Предшествующие дисциплины: «Современный русский (родной) язык», «Разработка и технологии производства рекламного и ПР-продукта», последующие дисциплины «Технологии создания рекламных и ПР-текстов». Учебная дисциплина «Рейтинги в рекламе и связях с общественностью» занимает важное место в системе других учебных дисциплин. Дисциплина сформирована на стыке этического, правового и филолого-профессионального модулей. Студент к началу седьмого семестра начал изучение различных форматов подачи рекламной и ПР-информации, им осваиваются жанры, проблематика публичных выступлений. На этой основе студент может профессионально взглянуть на рейтинги и их применение в различных областях народного хозяйства страны и жизни населения. Студенты самостоятельно уже готовы разобраться в многообразии рейтингов, найти общий знаменатель и рассмотреть каждую предметную нишу как с практической, так и с теоретической точки зрения.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-6 (Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни).

Основные разделы дисциплины: Современная система рейтинговых агентств в мире и России. Понятие, назначение, методы определения рейтинга. Представление о рейтингах:

международные и национальные рейтинговые агентства. Способы расчета рейтингов. Методики измерений. Основа рейтингов и рэнкингов. Наиболее известные рейтинги в мировой практике. Медиа статистики, описывающие аудиторию различных медиа событий; Внутренние рейтинги рекламных агентств и агентств по связям с общественностью; Особенности рейтингования различных типов рекламных агентств и агентств по связям с общественностью; Анализ рейтингов различных рейтинговых агентств и использование рейтингов для регулирования взаимоотношений между субъектами; Влияние рейтингового фактора на рекламные процессы и системы связей с общественностью; Рейтинг как инструмент рекламы и ПР. Классификация объектов рейтингования. Особенности опросов для формирования рейтингов и их использование

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

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