

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

PR и реклама в масс-медиа

Наименование ОПОП ВО

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель:

-Формирование понимания новых направлений в практической сфере – медиаполитики и медиаменеджмента, влияющих на формирование общественного мнения и управление информационной политикой.

-Профессиональная подготовка студентов для выполнения рекламной, маркетинговой и PR деятельности в новых медиа

Задачи:

-Познакомить студентов с базовыми знаниями о функциях, направлениях и средствах осуществления рекламной и PR-деятельности применительно к массмедиа.

-Создание стратегии рекламных, маркетинговых и PR кампаний на основе полученных знаний;

-Формирование практических навыков; подготовка рекламных материалов для этих кампаний.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)	ПКВ-2 : Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа	ПКВ-2.1к : Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта		Знание потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов.
				Умение Использовать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или PR-продукта в медиа-среде;

		ПКВ-2.2к : Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Навыки Распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и ПР-задач.

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Масс-медиа в контексте глобализации, информатизации общества. Актуальное состояние медиа-рынка
- 2) Исторический путь становления и развития информационнокоммуникационного пространства как медиасферы.
- 3) Информация как материальный актив современного общества.
- 4) Роль медиа во взаимодействии между властью и обществом, социумом и личностью, общностями и социальными группами.
- 5) Методы аналитической деятельности в информационную эпоху.
- 6) Особенности PR-кампаний в различных медиасферах.
- 7) Особенности осуществления этических принципов в работе в различных медиасферах.
- 8) Медиаисследования: цели и проблемные поля.
- 9) Медиаконтент и медиатекст как объекты изучения.
- 10) Функциональные особенности различных каналов, видов, типов медиа.

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ЗФО	Б1.В	3	4	13	4	8	0	1	0	131	Э

Составители(ль)

Шульгина Н.В., кандидат исторических наук, доцент, Высшая школа кино и телевидения, Nina.Shulgina@vvsu.ru