

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Основы рекламы и PR

Наименование ОПОП ВО

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

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование у будущих специалистов по рекламе и PR понимания общих закономерностей и принципов связей с общественностью как одного из средств массовой коммуникации, обеспечивающей эффективное управление коммуникациями организации;

Задачи освоения дисциплины:

- изучение функций, принципов, видов, средств рекламы и связей с общественностью,
- изучение основ коммуникационного менеджмента;
- формирование базовых представлений о профессиональной деятельности специалиста по рекламе и СО.

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)				

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Цели, функции, принципы деятельности PR
- 2) Основные виды PR
- 3) Средства PR
- 4) Институты PR
- 5) Корпоративные отношения: механизм деятельности PR
- 6) Управление кризисными ситуациями средствами PR.
- 7) Основы проектирования в PR
- 8) Интернет как канал PR
- 9) Понятие, сущность и задачи рекламы.
- 10) История возникновения и развития рекламы

- 11) Реклама в системе маркетинговых коммуникаций
- 12) Виды рекламы
- 13) Реклама в печатных СМИ
- 14) Реклама на радио
- 15) Реклама на ТВ
- 16) Реклама в сети Интернет
- 17) Рекламная кампания
- 18) Система маркетинговых коммуникаций.

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 – Трудоёмкость 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	ОФО	Б1.Б	1	5	55	36	18	0	1	0	125	Э

Составители(ль)

Ушанов П.В., доктор филологических наук, профессор, Высшая школа кино и телевидения, Pavel.Ushanov08@vvsu.ru