



Направление 031300.62 «Журналистика»

Аннотация дисциплины

### **Б.3.Б.20 Основы рекламы и публичных отношений в СМИ**

Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Целью** изучения дисциплины является знакомство студентов со спецификой рекламной и PR деятельности в СМИ; студенты получают в качестве базовых знания в целом о функциях, направлениях и средствах осуществления данных видов коммуникации и применительно к массмедиа.

**Задачей** изучения дисциплины является формирование следующих профессиональных компетенций (по ФГОС ВПО по журналистике):

- знание основ рекламной деятельности в СМИ (содержательный, правовой и экономический аспекты) (ПК-35);
- представление о технологии текстового и внетекстового продвижения материалов СМИ (ПК-36);
- знание основ публичных отношений (связей с общественностью) в сфере СМИ (ПК-37).

#### **Структура дисциплины:**

- 32 часа лекционных занятий,
- 40 часов самостоятельной работы.

#### **Основные дидактические единицы (разделы):**

– Реклама: Реклама, связи с общественностью и маркетинговые коммуникации; Реклама и маркетинг; Реклама и способы продвижения; Принципы составления рекламного текста; Визуальные средства (фото-, видео) в рекламе.

– Связи с общественностью: Связи с общественностью и «общественное мнение»; Направления связей с общественностью; Бренд, брендинг и их составные элементы; Взаимодействие со СМИ (Media relations); Событийный маркетинг и спин-технологии. PR в кризисных ситуациях.

– Продвижение СМИ: Имидж как средство позиционирования в СМИ; Промоушн СМИ; Роль анализа и прогноза в организации связей с общественностью и рекламы. Планирование, организация и проведение коммуникационных кампаний (рекламных, и пиар-кампаний) по продвижению СМИ.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**знать:** сущностные функции рекламы, процесс рекламной деятельности, виды рекламы, реклама в периодической печати, реклама на радио, реклама на телевидении, реклама в Интернете, организация работы рекламных структур в СМИ; понимать специфику деятельности структур по связям с общественностью в редакционном коллективе;

**уметь:** подготовить текст рекламного сообщения, организовать и провести рекламную кампанию, исполнять обязанности рекламного менеджера в редакционном коллективе; организовать PR-акции редакционного коллектива, подготовить тексты для пресс-бюро и пресс-службы;

**владеть:** технологиями печатной, аудио, телевизионной и Интернет рекламы, навыками организации ПР-акций в редакционных коллективах и их текстового оформления.

**Виды учебной работы:** лекции, самостоятельная работа вне учебной аудитории.  
Изучение дисциплины заканчивается зачетом.