



Направление 031300.62 «Журналистика»

Аннотация дисциплины

### **Б.3.ДВ1 Теория и практика рекламной и PR-коммуникации**

Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 10 зачетных единиц (360 часов).

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Целью** изучения дисциплины является: углубленное изучение специфики рекламной деятельности и работы по организации связей с общественностью.

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

- знание особенностей массовой информации, задач и методов, технологии и техники процесса создания журналистских публикаций, понимание их содержательной и структурно-композиционной специфики (ПК-25);
- знание основ рекламной деятельности в СМИ (содержательный, правовой и экономический аспекты) (ПК-35);
- представление о технологии текстового и внетекстового продвижения материалов СМИ (ПК-36);
- собирать необходимую информацию (работать с источниками информации, применять разные методы), осуществлять ее проверку, селекцию и анализ (ПК-40);
- осуществлять сбор, анализ предварительной информации, необходимой для разработки медиапроекта (ПК-44);
- обеспечивать (в соответствии с должностными обязанностями) продвижение медиапродукта на информационный рынок, его информационно-рекламную поддержку (ПК-49);
- принимать участие в организации социально значимых информационно-коммуникативных акций (общественных обсуждений, дискуссий, дебатов и т.л.) (ПК-53).

#### **Структура дисциплины:**

- 32 часа лекционных занятий
- 98 часов практических занятий
- 158 часов самостоятельной работы
- 36 часов подготовки к экзамену

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

– Введение в рекламную и PR-коммуникацию: реклама и маркетинговый комплекс коммуникаций, принципы создания рекламных сообщений; паблик рилейшнз: история, функции; общественное мнение и принципы организации связей с общественностью.

– Создание рекламных и PR-продуктов: пресс-релиз и иные формы печатных пиар-текстов; видеорелизы; рекламные тексты для печати, радио и ТВ.

– Организация информационных кампаний: подготовка к коммуникационной кампании; разработка коммуникационного проекта; реализация коммуникационного проекта, мониторинг.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**знать:** организация информационных кампаний; понимать специфику деятельности структур по связям с общественностью;

**уметь:** навыками по созданию рекламных и рг-текстов, пониманием принципов разработки коммуникационных кампаний.

**Виды учебной работы:** лекции, деловые игры, практические занятия, самостоятельная работа вне учебной аудитории.

Изучение дисциплины заканчивается экзаменом во 2 и 4 семестрах.