

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы рекламы и PR в СМИ» для  
направления подготовки 42.03.02 Журналистика.  
Направленность (профиль) образовательной программы - Журналистика**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цель изучения дисциплины:**

применять знание основ PR и рекламы в профессиональной деятельности.

**Задачи изучения дисциплины:**

- ознакомление студентов с существенными характеристиками рекламы, ее видами, функциями, изучить закон рекламе;
- ознакомление студентов с теорией и практикой PR, его спецификой и функциями;
- изучение специфики взаимодействия рекламы и PR со СМИ;
- формирование умения учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

**2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения**

**2.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения**

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Медиакоммуникационная система	ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД-1ОПК-5 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2ОПК-5 Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

**3. Содержание дисциплины**

Реклама и PR в системе маркетинговых коммуникаций. История рекламы. Взаимодействие со СМИ, существенная и экономическая составляющие.. Правовое и этическое регулирование рекламной и PR – деятельности. Психология рекламы. Понятие целевой аудитории.. Виды рекламы. Носители рекламы.. Рекламное обращение, его основные особенности. Эффективность рекламной деятельности.. Жанры рекламы.. Рекламная кампания. Особенности организации и проведения. Рекламная кампания в СМИ.. PR в системе социальных отношений. Становление PR в современной России.. Организация PR- кампаний. Основные мероприятия в PR. Тексты в PR. Негативные PR- кампании.. Кризисные коммуникации. Кризис и конфликт..