

**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 (модуля)**

**Цель дисциплины:** способностью применять знание основ далее PR и рекламы в профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:**

- ознакомить студентов с существенными характеристиками рекламы, ее видами, функциями, изучить закон рекламе;
- раскрыть содержание понятия «PR», его специфику и функции;
- раскрыть специфику взаимодействия рекламы и PR со СМИ.

**2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
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-1 <sub>ОПК-5</sub> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях  ИД-2 <sub>ОПК-5</sub> Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

**3. Содержание дисциплины (модуля)**

Тема 1. Реклама и PR в системе маркетинговых коммуникаций. История рекламы. Взаимодействие со СМИ, существенная и экономическая составляющие.

Тема 2. Правовое и этическое регулирование рекламной и PR – деятельности.

Тема 3. Психология рекламы. Понятие целевой аудитории.

Тема 4. Виды рекламы. Носители рекламы.

Тема 5. Рекламное обращение, его основные особенности. Эффективность рекламной деятельности.

Тема 6. Жанры рекламы.

Тема 7. Рекламная кампания. Особенности организации и проведения. Рекламная кампания в СМИ.

Тема 8. PR в системе социальных отношений. Становление PR в современной России.

Тема 9. Организация PR-кампаний. Основные мероприятия в PR. Тексты в PR. Негативные PR-кампании.

Тема 10. Кризисные коммуникации. Кризис и конфликт.

Тема 11. PR и СМИ: аспекты взаимодействия.