

**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:** применять знание основ PR и рекламы в профессиональной деятельности.

**Задачи 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**

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<br>ИД-2ОПК-5 Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |

**3. Содержание дисциплины (модуля)**

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.