

**Аннотация к рабочей программе дисциплины Б1.В.ОД.7 «Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ»**

**направление подготовки 42.03.02 Журналистика  
(профиль «Печать»)**

Дисциплина Б1.В.ОД.7 «Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ» изучается в 8 семестре. Предусмотрены лекционные и семинарские занятия. Отчетность по результатам освоения дисциплины – зачет.

**Цель освоения дисциплины** – изучение одной из форм массовых коммуникаций, обеспечивающей продвижение товаров и услуг от производителя к потребителю; изучение функций, видов, средств рекламы, рекламного менеджмента в условиях формирования и развития рынка в России применительно к рекламе в средствах массовой информации; овладение знаниями специфики работы паблик рилейшнз (PR) в редакционном коллективе.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы.** Дисциплина «Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ» относится к дисциплинам по выбору вариативной части цикла дисциплин Б.1. (Б1.В.ДВ.1.1).

Для освоения дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные во время освоения дисциплин «Имиджелогия» (Б1.В.ОД.2), «Основы теории коммуникации» (Б1.Б.24), «Композиция газетного текста» (Б1.В.ВД.2.1), «Организация работы современной пресс-службы» (Б1.В.ОД.12), «Региональные пресс-службы» (Б1.В.ДВ.8.1).

Изучение дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ» завершает формирование профессиональных компетенций.

<b>Планируемые результаты освоения образовательной программы</b>			
<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Структурные элементы компетенции</b>	<b>Результаты обучения по дисциплине</b>
<b>ОПК–21</b>	способность применять знание основ паблик рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности	<b>З1(ОПК–21):</b> знать основы паблик рилейшнз и рекламы	<i>знать:</i> – функции рекламы и PR, процесс рекламной и PR деятельности, организация работы рекламных структур в СМИ, специфику деятельности структур по связям с общественностью в редакционном коллективе
		<b>У1(ОПК–21):</b> уметь использовать методы паблик рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности	<i>уметь:</i> – 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
		<b>В1(ОПК–21):</b> владеть навыком применять знание основ паблик рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности	<i>владеть:</i> – навыком применять техники и методики PR и рекламы в профессиональной деятельности
<b>ПК–2</b>	способность в рамках отведенного	<b>З1(ПК–2):</b> знать основные жанры журналистских текстов, типы СМИ, особенности	<i>знать:</i> – виды рекламных и PR текстов, из особенности, сходства и

бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах	функционирования различных мультимедийных платформ	различия
	<b>У1(ПК–2):</b> уметь создавать материалы для массмедиа в рамках отведенного бюджета времени	<i>уметь:</i> – подготовить текст рекламного, PR или имиджевого сообщения,
	<b>В1(ПК–2):</b> владеть навыком создания материала для массмедиа в определенных форматах в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах	<i>владеть:</i> – технологиями рекламы, навыками организации PR-акций в редакционных коллективах и их текстового оформления

**Разделы дисциплины включают:**

1. Рекламная коммуникация
2. Формообразование в рекламе
3. PR в современной коммуникации
4. Технологии PR

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы.**

**Составитель – ст.преподаватель Ястремская Ю.А.**