

## Б1.Б.29 «Основы рекламы и публичных отношений в СМИ»

### Аннотация дисциплины

#### Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

#### Профиль подготовки «Периодическая печать»

Дисциплина (Модуль)	Б1.Б.29 «Основы рекламы и публичных отношений в СМИ»
Содержание	<p>приведение предназначенных для размещения в газете, журнале, на информационной ленте, в теле-, радиоэфире, интернет-СМИ, материалов в соответствие с языковыми нормами, профессиональными стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов; организационно-управленческая деятельность:</p> <p>участие в соответствии с должностным статусом в организации работы медиапредприятий, их подразделений, творческих коллективов.</p> <p>получение представления о рекламном коммуникационном процессе и его компонентах как части современного культурного пространства;</p> <p>знакомство с историей отечественной и зарубежной рекламы;</p> <p>знакомство с методами рекламного воздействия;</p> <p>освоение технологии создания рекламного продукта;</p> <p>изучение роли и места рекламного бизнеса в СМИ;</p> <p>проведение мероприятий по повышению имиджа СМИ, продвижению медиапродукта на информационном рынке.</p>
Реализуемые компетенции	<p>ОПК-11 способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента</p> <p>ОПК-21 способностью применять знание основ публичных отношений и рекламы в профессиональной деятельности</p> <p>ПК-1 способностью выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа</p> <p>ПК-2 способностью в рамках отведенного 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</p>
Результаты освоения дисциплины (модуля)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- основные формы организации сотрудничества СМИ с представителями различных сегментов общества</li><li>- основы рекламной деятельности в СМИ (содержательный, правовой и экономический аспекты);</li><li>- основы ПР-деятельности в сфере СМИ</li></ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- участвовать в реализации медиапроектов;</li><li>- продвигать медиапроект на информационный рынок;</li><li>- работать с авторами и редакционной почтой;</li><li>- организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства</li></ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- навыками применения знаний основ связей с общественностью и рекламы в профессиональной деятельности;</li><li>- навыками планирования, реализации и продвижения медиапроектов, сотрудничества с техническими службами;</li><li>- способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества;</li><li>- навыками работы с авторами и редакционной почтой, организации интерактивного общения с аудиторией, использования социальных сетей и других современных медийных средств</li></ul>
Трудоемкость, ЗЕТ	4 з.е. (144 ч.)

Объем занятий, часов	<b>Очная форма</b>				
		Лекций	Практических занятий	Лабораторных занятий	СРС
	Контроль: 36 ч.				
	ИТОГО	18	36	-	54
	Всего – <b>144 ч.</b>				
	<b>Заочная форма</b>				
	Контроль: 9 ч.				
ИТОГО	10	10	-	115	
Всего - <b>144 ч.</b>					
Формы самостоятельной работы студентов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовка практического материала к практическим занятиям;</li> <li>- изучение и конспектирование литературных источников;</li> <li>- подготовка электронных презентаций по отдельным разделам дисциплины;</li> <li>- выполнение докладов и рефератов</li> </ul>				
Формы отчетности	ОФО – экзамен, ЗФО - экзамен				
Программное обеспечение	не предусмотрено				
Материально-техническое обеспечение	<p>Для обеспечения проведения всех видов педагогической, практической и научно-исследовательской работы обучающихся предусмотрен аудиторный фонд, компьютерные классы, центр технического обеспечения, мультимедийное оборудование (в том числе: проектор, экран для проектора, ноутбук, колонки), фонды и ресурсы Научной библиотеки ИДНК:</p> <p>1. Оборудованные кабинеты и аудитории:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кабинет № 113 «Экономических дисциплин»;</li> <li>- Ауд. № 209 Научно - исследовательская лаборатория экономика образования;</li> <li>- Ауд. № 209 Научно - исследовательская лаборатория экономического развития региона.</li> </ul> <p>2. Компьютерные классы и аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ауд. № 111 – Компьютерный класс № 1;</li> <li>- Ауд. № 112– Компьютерный класс № 2.</li> </ul> <p>3. Специализированные Интернет ресурсы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Электронно – библиотечная система <a href="http://www.bibliorossica.com">www.bibliorossica.com</a>.</li> <li>2. Электронно – библиотечная система <a href="mailto:elsky@lanbook.ru">elsky@lanbook.ru</a></li> <li>3. Информационно-правовая система «Консультант +».</li> </ol>				