

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 28.09.2022 11:19:03
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



УТВЕРЖДАЮ:

Руководитель ООП

Е.Н. Брызгалова

«01» сентября 2022 г.

АННОТАЦИЯ дисциплины

ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ И PR

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

Профиль

Периодические издания и мультимедийная журналистика

Для студентов 3 курса очной формы обучения

Составитель: *к.ф.н., доц. Бойников А.М.*

Тверь, 2022

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является знание содержательных, информационных, правовых и экономических основ рекламной и PR-деятельности в современных СМИ, их видов, принципов деятельности, целей, функций и важнейших оптимальных технологий, нацеливание студентов на создание креативных рекламных и PR-материалов.

Задачами освоения дисциплины являются:

– формирование у студентов представления о специфике рекламной и PR-деятельности в различных видах современных СМИ;

– формирование умений исследовать и анализировать различные ситуации организации работы в сфере рекламы и публичных отношений, разрабатывать способы решения задач, связанных с эффективным управлением рекламными и PR-кампаниями в СМИ в современных условиях;

– знание принципов, технологий, коммуникативных стратегий при решении задач менеджмента рекламного дела и связей с общественностью с использованием СМИ;

– привитие практических навыков подготовки рекламных и PR-кампаний в СМИ, а также иных акций с использованием современных методов воздействия на массовую аудиторию;

– выработать умение создавать рекламные и PR-тексты для различных видов СМИ;

– сформировать терминологический аппарат в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Основы рекламы и PR в СМИ» входит в блок 1, в обязательную часть дисциплин. При изучении данной дисциплины наполняется содержанием и осваивается технология создания коммуникативных актов, направленных на профессиональную деятельность, создание проектов, подготовка документации. Курс «Основы рекламы и PR в СМИ» способствует повышению профессиональной культуры студентов. Дисциплина нацелена прежде всего на повышение уровня практического владения профессиональной терминологией, умения работать в коллективе.

3. Объём дисциплины: 3 зачётные единицы, 108 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 17 часов, практические занятия 34 часа,

контактная внеаудиторная работа: контроль самостоятельной работы 0 часов; **самостоятельная работа:** 57 час.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.4 Выбирает способы реализации медиапродукта и структурирует алгоритм освещения, в том числе с использованием тех или иных медийных возможностей
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	ОПК-5.4 Структурирует тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в зависимости от политической и экономической ситуации

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения: зачёт, 5 семестр.

6. Язык преподавания: русский.