

АННОТАЦИЯ
рабочей программы по дисциплине
ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В СМИ
основной профессиональной образовательной программы
по направлению подготовки высшего образования
42.03.02 Журналистика

профиль подготовки:
Спортивная журналистика

квалификация – бакалавр
форма обучения – очная

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы рекламы и публик рилейшнз в СМИ» составлена в соответствии с учебным планом подготовки *бакалавров* по направлению 42.03.02 «Журналистика» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и утвержденными стандартами и положениями Университета.

Целью освоения дисциплины является освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области рекламы и связей с общественностью и реализация их в своей профессиональной деятельности.

1.2. ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Результаты освоения дисциплины определяются способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» *должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профилем подготовки:*

редакторская деятельность:

- 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:

- участие в соответствии с должностным статусом в организации работы медиапредприятий, их подразделений, творческих коллективов.

Вышеуказанное через призму дисциплины «Основы рекламы и публик рилейшнз в СМИ» конкретизируется в следующих задачах:

- получение представления о рекламном коммуникационном процессе и его компонентах как части современного культурного пространства;
- знакомство с историей отечественной и зарубежной рекламы;
- знакомство с методами рекламного воздействия;
- освоение технологии создания рекламного продукта;
- изучение роли и места рекламного бизнеса в СМИ;
- проведение мероприятий по повышению имиджа СМИ, продвижению медиaproдукта на информационном рынке.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина Б.1.Б.25 «*Основы рекламы и публик рилейшнз в СМИ*» относится к *Блоку 1 базовой* части. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе (7 семестр) по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: *экзамен*. Для

успешного освоения дисциплины необходимы входные знания, умения и компетенции студента, полученные по следующим дисциплинам: Современный русский (и родной) язык; Правоведение; Мировая культура и искусство; Основы теории коммуникации; Прикладные дисциплины; Теория и практика массовой информации; Реклама в сфере ФКиС; Деловые коммуникации; Связи с общественностью в сфере ФКиС; Психодиагностика; Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.

1.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

1.4.1. В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

общепрофессиональные:

способность применять знания основ публич рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности (ОПК-21);

профессиональные:

способность участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапроект на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами (ПК-5);

способность к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6).

1.4.2. В результате изучения дисциплины студент будет:

Знать:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ основные формы организации сотрудничества СМИ с представителями различных сегментов общества (ОПК-21); (ПК-5); (ПК-6); ✓ основы рекламной деятельности в СМИ (содержательный, правовой и экономический аспекты) (ОПК-21); (ПК-5); (ПК-6); ✓ основы ПР-деятельности в сфере СМИ (ОПК-21); (ПК-5); (ПК-6).
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ участвовать в реализации медиапроектов (ПК-5); (ПК-6); ✓ продвигать медиапроект на информационный рынок (ПК-5); (ПК-6); ✓ работать с авторами и редакционной почтой (ПК-5); (ПК-6); ✓ организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства (ПК-5); (ПК-6).
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ навыками применения знаний основ связей с общественностью и рекламы в профессиональной деятельности (ОПК-21); ✓ навыками планирования, реализации и продвижения медиапроектов, сотрудничества с техническими службами (ПК-5); ✓ способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества (ПК-6); ✓ навыками работы с авторами и редакционной почтой, организации интерактивного общения с аудиторией, использования социальных сетей и других современных медийных средств (ПК-6).

1.5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:

очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
					7
Аудиторные занятия (всего)	60*				60*
В том числе:					
Лекции	24				24

Практические занятия (ПЗ)	18				18
Семинары (С)	18				18
Самостоятельная работа (всего)	84				84
В том числе:					
Изучение теоретического материала	14				14
Выполнение письменного домашнего задания	5				5
Подготовка к проведению фрагментов занятия	8				8
Подготовка презентации	10				10
Рефераты	5				5
Подготовка к текущим, рубежным контролям	6				6
<i>Подготовка к экзамену</i>	36				36
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	экзамен				экзамен
Общая трудоемкость	Часы	144			144
	зачетные единицы	4			4

* интерактивные занятия 12 час.