Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Колесникова Марина Евгеньевна
Должность: директор Гуманитарного института
Дата подписания: 14.06.2023 14:48:32
Уникальный программный ключ:
f2fdf4a04341860298d134129dbde65f78623d5

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	**Основы рекламы и PR**
Краткое содержание	Реклама и PR как коммуникационный процесс и как сфера предпринимательской деятельности. Основные подходы к определению и классификации PR. Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий. Жанровая классификация и типология PR-текстов. Реклама в современном обществе. Классификация рекламы. Структура рекламной деятельности. Организация рекламной кампании. Структура рекламного текста. Правовые основы рекламной и PR-деятельности. Психологические аспекты деятельности в рекламе и PR.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Разбирается в политических, экономических факторах, правовых и этических нормах, регулирующих развитие медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Осуществляет профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
Трудоемкость, з.е.	3 з.е.
Формы отчетности	Экзамен
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332 (дата обращения: 29.12.2021). 2. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093 (дата обращения: 29.12.2021). 3. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко [и др.] ; под редакцией В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 222 с. — ISBN 978-5-7567-0896-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/80707.html (дата обращения: 29.12.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей
Дополнительная литература	1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95336.html (дата обращения: 29.12.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/95336 2. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж,

	репутация, бренд (2-е издание) : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 160 с. — ISBN 978-5-7567-0819-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/57080.html (дата обращения: 29.12.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей 3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 (дата обращения: 29.12.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03519-7. – Текст : электронный.