

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СМИ
В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

5 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: изучение содержания коммуникативного процесса, теорий и моделей коммуникации, видов массовой коммуникации, формирование у студентов теоретической базы и выработка умений применять полученные знания в решении прикладных задач. В ходе освоения курса рассматриваются актуальные вопросы информационного общества

Задачи освоения содержания дисциплины:

1. Раскрыть основные теоретико-методологические проблемы курса

2. Дать студентам навыки работы с научной литературой, правильного использования категориального аппарата, обоснования своей точки зрения по дискуссионным и актуальным проблемам.

3. Использовать полученные знания для выстраивания эффективного процесса рекламной коммуникации

4. Оценивать отбор носителей рекламы

5. Составлять медиаплан и выполнять оценку его эффективности

6. Знать содержание коммуникативного процесса и его составляющие

7. Знать специфику функций отдельных средств массовой коммуникации

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Стратегия и тактика использования СМИ в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Связи с общественностью», «Связи с общественностью как современная технология управления обществом», «Современные технологии в рекламе и связях с общественностью».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
-----------------------------	------------------------------	--

1	2	3
ПК-20	<i>Полное</i>	Знать: каким образом формулируются цели и задачи контента; Уметь: формулировать цели и задачи контента; Владеть: способностью формулировать цели и задачи контента.
ПК-21	<i>Полное</i>	Знать: факторы, определяющие потребительский спрос на продукции СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей. Уметь: Определять целевые аудитории, их ценности и ожидания Владеть: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции и социологические исследования в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.
ПК-22	<i>Полное</i>	Знать: особенности каналов передачи контента. Уметь: определять каналы передачи контента. Владеть: определения каналов передачи контента.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации. Процесс коммуникации и его составляющие.
2. Информация как главная составляющая коммуникации.
3. Массовое сознание и механизмы массовой психологии
4. Формирование и специфика массовых настроений
5. Психология слухов и сплетен. Их роль в массовой коммуникации
6. Коммуникативные дискурсы
7. Кризисные коммуникации
8. Реклама как особая форма массовой коммуникации
9. Отношения между СМИ, рекламой и потребителями
10. Общая характеристика каналов рекламы
11. Методы анализа массовой коммуникации
12. Понятие и история развития медиапланирования
13. Стратегия и тактика медиапланирования
14. Основные понятия и этапы медиапланирования
15. Основные параметры медиапланирования, медиаисследования и исследования аудитории рекламных носителей
16. Формирование медиаплана рекламной кампании
17. Расчет бюджета рекламной кампании
18. Оценка и контроль эффективности медиаплана
19. Ресурсы Интернет по медиапланированию

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 6

Составитель: ст.преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. _____

Заведующий кафедрой ЖРСО _____ д. ф. н., профессор Латышева Ж.В

Председатель учебно-методической комиссии _____ Латышева Ж.В., зав. каф.
ЖРСО, д.ф.н., профессор.

Директор института _____ д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 11.09.2019

Печать института

