

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
СТРАТЕГИЯ И ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СМИ
В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление подготовки (специальность)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) подготовки	Реклама и связи с общественностью
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
Общая трудоемкость дисциплины	3 зачетных единицы, 108 часов
Форма промежуточной аттестации	Экзамен
Краткое содержание дисциплины	<p>Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации; Процесс коммуникации и его составляющие; Информация как главная составляющая коммуникации; Массовое сознание и механизмы массовой психологии; Формирование и специфика массовых настроений; Психология слухов и сплетен. Их роль в массовой коммуникации; Коммуникативные дискурсы; Кризисные коммуникации; Реклама как особая форма массовой коммуникации; Отношения между СМИ, рекламой и потребителями; Общая характеристика каналов рекламы; Методы анализа массовой коммуникации; Понятие и история развития медиапланирования; Стратегия и тактика медиапланирования; Основные понятия и этапы медиапланирования; Основные параметры медиапланирования, медиаисследования и исследования аудитории рекламных носителей; Формирование медиаплана рекламной кампании; Расчет бюджета рекламной кампании; Оценка и контроль эффективности медиаплана; Ресурсы Интернет по медиапланированию.</p>

Аннотацию рабочей программы составил Никешин А.А., ст. преп. кафедры ЖРСО

25.04.2022

