

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 02.02.2021 12:45:49

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac5da145f4155621af0ee37e93a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 28.05.2018 г., №11

Рабочая программа дисциплины

Основы рекламы и публич рилейшнз в СМИ

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки: Конвергентная журналистика

Квалификация: бакалавр

Филологический факультет

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя		18	
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	8	8	8	8
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

Рабочая программа дисциплины Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ / сост. Гулянков Е.В., кандидат филологических наук, доцент; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2018. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 7 августа 2014 г. № 951 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 25 августа 2014 г. № 333777).

Рабочая программа дисциплины "Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика профиль Конвергентная журналистика

Составитель(и):

Гулянков Е.В., кандидат филологических наук, доцент

© Курский государственный университет, 2018

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель данного курса дает представление об институтах деловой сферы, напрямую связанных с профессиональной деятельностью журналиста. С одной стороны показать различия, с другой стороны, продемонстрировать те точки, в которых эта деятельность пересекается. Изучение одной из форм массовых коммуникаций,
1.2	обеспечивающей продвижение товаров и услуг от производителя к потребителю; изучение функций, видов, средств рекламы, рекламного менеджмента в условиях.
1.3	формирования и развития рынка в России применительно к рекламе в средствах массовой информации; овладение знаниями специфики работы публич рилейшнз (ПР)
1.4	в редакционном коллективе. Изучить основные понятия и категории в области рекламы и публич рилейшнз, структуру маркетинговых коммуникаций, основы функционирования рекламы и ПР в СМИ.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
--------------------	------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОПК-21: способностью применять знание основ публич рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности****Знать:**

- основные понятия и категории в области рекламы и публич рилейшнз

- структуру маркетинговых коммуникаций

- основы функционирования рекламы и ПР в СМИ

Уметь:

- демонстрировать знание основных понятий и категорий рекламы и публич рилейшнз

- понимать особенности функционирования рекламы и публич рилейшнз в СМИ

- выстраивать алгоритм взаимодействия журналистики, рекламы и связей с общественностью

Владеть:

- навыками организации связей с общественностью в системе СМИ

- навыками организации рекламной деятельности в средствах массовой информации

- навыками создания рекламного и ПР-продукта

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1.	Раздел			
1.1	Реклама в системе массовых коммуникаций	Лек	4	2	0
1.2	Реклама в системе массовых коммуникаций. Презентации	Пр	4	4	2
1.3	Реклама в системе массовых коммуникаций	Ср	4	4	0
1.4	Принципы организации рекламы.	Лек	4	2	0
1.5	Принципы организации рекламы.	Пр	4	2	0
1.6	Принципы организации рекламы.	Ср	4	4	0
1.7	Рекламное обращение, его основные особенности.	Лек	4	2	0
1.8	Рекламное обращение, его основные особенности.	Пр	4	4	0
1.9	Рекламное обращение, его основные особенности.	Ср	4	4	0
1.10	Социальная и политическая реклама. Презентации	Пр	4	2	2
1.11	Социальная и политическая реклама.	Ср	4	4	0
1.12	Психология рекламы.	Лек	4	2	0
1.13	Психология рекламы.Круглый стол. Тематическая дискуссия	Пр	4	2	2
1.14	Психология рекламы.	Ср	4	4	0
1.15	Эффективность рекламы.	Пр	4	2	0
1.16	Эффективность рекламы.	Ср	4	4	0

1.17	Паблик Рилейшнз в системе социальных отношений	Лек	4	2	0
1.18	Паблик Рилейшнз в системе социальных отношений	Пр	4	2	0
1.19	Паблик Рилейшнз в системе социальных отношений	Ср	4	4	0
1.20	Паблик Рилейшнз как функция менеджмента.	Пр	4	4	0
1.21	Паблик Рилейшнз как функция менеджмента.	Ср	4	4	0
1.22	Отношения со средствами массовой информации	Лек	4	2	0
1.23	Отношения со средствами массовой информации. Ролевая игра	Пр	4	2	2
1.24	Отношения со средствами массовой информации	Ср	4	4	0
1.25	Основы коммуникаций в Паблик Рилейшнз.	Лек	4	2	0
1.26	Основы коммуникаций в Паблик Рилейшнз.	Пр	4	4	0
1.27	Структура и инфраструктура PR-рынка.	Пр	4	2	0
1.28	Основы коммуникаций в Паблик Рилейшнз.	Ср	4	4	0
1.29	Комплексные направления ПР.	Лек	4	2	0
1.30	Комплексные направления ПР.	Ср	4	6	0
1.31	Комплексные направления ПР.	Пр	4	4	0
1.32	Журналистика, реклама и Паблик Рилейшнз.	Лек	4	2	0
1.33	Структура и инфраструктура PR-рынка.	Ср	4	4	0
1.34	Журналистика, реклама и Паблик Рилейшнз.	Пр	4	2	0
1.35	Журналистика, реклама и Паблик Рилейшнз.	Ср	4	4	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации утверждены на заседании кафедры теории и практики журналистской работы 07.09.2017 протоколом № 1 и являются приложением к рабочей программе дисциплины.

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации утверждены на заседании кафедры теории и практики журналистской работы 07.09.2017 протоколом № 1 и являются приложением к рабочей программе дисциплины.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Головлева Е. Л. - Основы рекламы. Учебное пособие для вузов - Москва: Академический проект, 2008.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235182	1
Л1.2	Синяева И. М. - Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Овчаренко А.Н. - Основы рекламы: учебник для вузов рек. УМО - М.: Аспект Пресс, 2006.		11

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.2	Антипов К. В. - Основы рекламы: учебник - Москва: Дашков и К, 2015.		5
Л2.3	Савруцкая Е. П. - Связи с общественностью: Вводный курс - Москва: Директ-Медиа, 2014.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=236119	1
Л2.4	Чумиков А., Бочаров М., Самойленко С. - Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции - Москва: Издательский дом «Дело», 2016.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983	1
Л2.5	Чумиков А. Н. - Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие - Москва: Аспект Пресс, 2012.	http://www.iprbookshop.ru/8976	1
Л2.6	Васильева Л. А. - Реклама: Учебное пособие - Саратов: Вузовское образование, 2016.	http://www.iprbookshop.ru/39114	1
Л2.7	Щепилова Г.Г. - Реклама в СМИ. История, технология, классификация: монография - Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010.	http://www.iprbookshop.ru/13154.html	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ
Э2	Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ
Э3	Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ
Э4	Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ
Э5	Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows Win10Pro
7.3.1.2	Microsoft Windows 7
7.3.1.3	Microsoft Windows 8.1
7.3.1.4	Microsoft Office Professional 2007
7.3.1.5	Google Chrome
7.3.1.6	7-Zip
7.3.1.7	Adobe Acrobat Reader DC

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	СС КонсультантПлюс
---------	--------------------

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 61 (305000, г. Курск, ул. Радищева, 33) укомплектована учебной мебелью (стол - 12 шт., стул - 65 шт.), проектором Epson (1 шт.), интерактивной доской (1 шт.), ноутбуком Dell Vostro (1 шт.), кафедрой (1 шт.).
7.2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (аудитория №146 (305000, г. Курск, ул. Радищева, 33) оснащено необходимой мебелью (61 стол, 162 посадочных места) и компьютерами MSI(27 шт.) и ASUS (13 штук) с доступом к сети Интернет.
7.3	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (аудитория №303 (305000, г. Курск, ул. Радищева, 29) оснащено необходимой мебелью (55 столов, 55 посадочных мест) и компьютерами ASUS (28 шт.)с доступом к сети Интернет.
7.4	

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

При изучении дисциплины используются следующие формы работы:

- Лекции, на которых рассматриваются основные теоретические вопросы данной дисциплины. Посещаемость лекций входит в балльную оценку по дисциплине и контролируется преподавателем.
- Семинарские занятия, на которых проводится опрос по теоретическим вопросам изучаемых тем, разбираются проблемные ситуации, решаются задачи, заслушиваются доклады и эссе. Посещаемость семинарских занятий входит в балльную оценку по дисциплине. Задания к семинарским занятиям содержатся в Плане семинарских занятий. При подготовке к семинару следует: использовать рекомендованные преподавателями учебники и учебные пособия - для закрепления теоретического материала; подготовить доклады и сообщения, разобрать проблемные ситуации; разобрать, совместно с другими студентами обсудить вопросы по теме семинарского занятия.
- По темам дисциплины в конце обучения проводится тестовый опрос. За работу на семинаре и за написание теста, в зависимости от продемонстрированных знаний, умений и навыков, студенты могут набрать определенное количество баллов.
- В самостоятельную работу студентов входит: подготовка к семинарскому занятию (освоение теоретического материала,

подготовка самостоятельных работ, проблемные вопросы); выполнение творческой работы; анализ с первоисточниками по рекомендациям преподавателя; знакомство с дополнительной литературой и со статистическими данными по изучаемым проблемам.

- Зачёт по дисциплине: зачёт сдается в устной форме. Представляет собой структурированное задание по всем разделам дисциплины.

Для подготовки к зачёту следует воспользоваться рекомендованным преподавателем учебником, конспектом лекций, глоссарием, своими конспектами лекций и семинарских занятий, выполненными самостоятельными работами. Критерии оценки ответа приведены в фонде оценочных средств по дисциплине.