

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Технологии скрытой рекламы (BTL)

**Авторы:** Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, канд. пед. наук, доцент В.В. Корешков

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**Квалификация (степень) выпускника:**

Бакалавр

**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать способность использовать: современные PR-технологии в планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; неповторимые методы, неординарные концепции и нешаблонные модели создания и успешного продвижения рекламного продукта на потребительском рынке

**План курса:**

№	Наименование тем	Содержание раздела
1	Связи с общественностью как форма управления коммуникационным процессом. Трансформация подходов к пониманию роли и функций PR в различных сферах.	Модель PR Ханта и Грюнига. Многообразие определений PR. Международное определение PR PRSA (Американская ассоциация по связям с общественностью). PR и маркетинг. PR как функция управления коммуникациями и коммуникационная метасистема (М. Шилина). Интегрированный подход к пониманию актуальных направлений коммуникаций.
2	Коммуникативная технология. Разновидности PR-технологий. Разработка PR-технологий. PR-инструменты. Каналы PR-коммуникации.	Широкая трактовка коммуникаций как способа формирования социальных миров. PR как часть массовых коммуникаций. Понятие коммуникативной и PR-технологии. Виды PR-технологий: информационные, антикризисные, имиджевые и др. Базовые инструменты и каналы PR-коммуникации.
3	Особенности использования PR-технологий в различных сферах: политика, бизнес, государство, образование, культура и др.	Политические технологии. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности. PR for Good и экологический PR. Бизнес PR-технологии. Коммуникации в сфере науки и образования. PR в сфере культуры. Государственный PR.
4	Креативные технологии в PR.	Понятие креативности. Креативность и творчество в коммуникационной деятельности. Примеры креативных коммуникационных кампаний.
5	Понятие репутации. PR-	PR в управлении репутацией. Возможности

	технологии поддержания и разрушения репутации (character assassination).	использования PR в целях поддержки репутации. Коммуникативные разрушения репутации в политике и бизнесе.
--	--	--

### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: метод проблемного изложения, фронтальные и комбинированные опросы;
- при проведении занятий семинарского типа: диспут, эссе, кейс-стади.

Зачет проводится в форме решения студентом кейса и беседы с преподавателем по кейсу в устной форме.

### **Основная литература:**

1. Антипов К.В. Основы рекламы. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/14075>
2. Исаенко Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/34533>
3. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/10958>