

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Б1.В.ДВ.08.02 Реклама в медиа

**Автор:** Доцент, кафедры интегрированных коммуникаций, кандидат филологических наук, Глазкова Елена Анатольевна

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Диджитал реклама и связи с общественностью»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

### Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области рекламы и связей с общественностью

ПК 1	Способен самостоятельно организовывать свою деятельность и планировать деятельность организации
ПК 2	Способен адекватно и профессионально решать задачи создания и продвижения информационных ресурсов

### План курса:

*Тема 1. История рекламных коммуникаций от Древнего мира до наших дней*

Первые виды рекламных коммуникаций в древнем мире. Рекламные коммуникации в Средние века и эпоху Возрождения. Появление новых видов рекламы в Новое время. Зарождение элементов современной рекламы в Европе и США в XIX веке. История рекламы в России до революции, в Советском Союзе и в последний период с 1990 по 2016 год.

*Тема 2. Реклама на разных медийных каналах*

Особенности рекламы в печатной прессе, на радио и телевидении.

*Тема 3. Особенности рекламы в новых медиа*

Реклама в интернете, в социальных сетях, основные характеристики рекламного текста в новых медиа, лидеры мнений и популярные блогеры, приёмы скрытого маркетинга.

*Тема 4. Модели экономических отношений СМИ с рекламодателями*

Реклама и доходная часть бюджета СМИ, особенности рекламных бюджетов в качественных общественно-политических и глянцевого медиа.

*Тема 5. Взаимоотношения рекламной службы и творческого коллектива СМИ*

Этика невмешательства, эффективное противостояние и «великая стена».

#### *Тема 6. Новые рекламные форматы: smm и нативная реклама*

Типы отношений в социальных сетях, естественная реклама и этика взаимоотношений с читателями и инвесторами, эффективные форматы smm и нативной рекламы.

#### *Тема 7. Основы паблик рилейшенз для журналистов*

Отличие коммуникаций в журналистике и паблик рилейшенз, разница в форматах текстов журналистики и паблик рилейшенз.

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

В ходе реализации дисциплины «Реклама в медиа» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа: не предусмотрены учебным планом

- при проведении занятий семинарского типа: опрос, диспут, групповой проект, практические упражнения

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: домашние задания, опрос

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме устного ответа на вопросы

#### **Основная литература:**

1. Кульчицкая Д.Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Кульчицкая Д.Ю.. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 141 с. — ISBN 978-5-7567-1133-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/109790.html>
2. Губанов Д.А. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства : учебное пособие / Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г.. — Москва : Издательство физико-математической литературы, 2010. — 228 с. — ISBN 9875-94052-194-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8531.html>