

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Целью освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью» является формирование у студентов системных представлений о месте корпоративных коммуникаций – рекламы (Р) и связей с общественностью (СО) – в современном обществе. Их существование тесно связано с развитием человеческой цивилизации, с реальным социумом. Отдельная задача – рассмотрение этой корпоративной деятельности как информационного производства, а также усилий этих структур по предъявлению результатов этого производства обществу. Для этого в лекционном курсе анализируются теоретические и практические вопросы, связанные с этим феноменом; место, занимаемое рекламой и СО в системе политических и общественных связей, в маркетинге, в структуре стимулирования сбыта; способы увещевания, фигурирующие в рекламных и СО-текстах; цели и способы эмпирических исследований рекламной и СО-деятельности

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

№ п/п	Разделы дисциплины	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
1	Рекламная деятельность	
1.1	Сущность и функции рекламы	
1.2.	Процесс рекламной деятельности	
1.3.	Целевая аудитория рекламы	
1.4.	Виды рекламы	
1.5.	Организация работы рекламного агентства. Функции рекламного агентства	
1.6.	Эффективность рекламы	
2	Связи с общественностью	
2.1.	Цели, функции, принципы деятельности связей с общественностью	
2.2.	Институты публичных отношений	
2.3.	Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций	
2.4.	Технологии связей с общественностью	
2.5.	Эффективность связей с общественностью	
2.6.	Тенденции развития связей с общественностью	
		В конце курса – зачет