

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 24.11.2025 15:17:01

Уникальный программный ключ:

e4e919f04dc802624637575c97796a744138b172b88d83d9301dc2540974f9

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»**

Аннотации рабочей программы дисциплины

Б1.О.30 Основы рекламы и PR в средствах массовой информации	
Цель:	1) формирование у студентов целостного профессионального взгляда на рекламную деятельность и функционирование в корпоративных и общественных организациях института паблик рилейшнз (PR). 2) формирование у студентов умений исследовать и анализировать различные ситуации организации работы в рекламной сфере и сфере паблик рилейшнз, разрабатывать способы решения задач, связанных с эффективным управлением рекламной и PR-кампаниями в современных условиях.
Задачи:	1) сформировать кругозор специалистов в сфере журналистики путем освоения ими современных знаний о рекламе и PR; 2) показать, каким образом реклама и PR как формы социальной коммуникации и имиджа по мере своего развития становятся формирующим фактором культурной и общественной жизни; 3) достичь понимания студентами процессов, характеризующих современный мировой рынок рекламы, и его перспективы; 4) освоить современные PR-технологии в сфере массовых коммуникаций.
Содержание дисциплины:	Реклама в системе массовых коммуникаций. Понятие рекламного обращения. Социальная и политическая реклама. Психология рекламы. Эффективность рекламы. PR в системе социальных отношений. Технология и содержание PR. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности.
Форма контроля:	зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	5 з. е.