

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Забайкальский государственный университет»

(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет

Кафедра журналистики и связей с общественностью

УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для студентов заочной формы обучения

(с полным сроком обучения)

по дисциплине «Основы рекламы и ПР»

для направления подготовки (специальности)

42.02.01 Мультимедийная журналистика

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) –

Форма промежуточного контроля в семестре – зачет

Краткое содержание курса

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

1 раздел	История рекламы. Рекламный текст. Копирайтинг. Сторителлинг
2 раздел	Работа рекламного отдела. Видео и аудиореклама. Эффективность рекламы.
3 раздел	История PR . Соотношения между рекламой, PR, пропагандой и маркетингом. Имидж и бренд в системе медиакоммуникаций
4 раздел	PR-коммуникации, работа со средствами массовой информации. Формы взаимодействия со СМИ. Использование мультимедиа в PR-кампании

Форма промежуточного контроля Зачёт

Примерный перечень вопросов для презентации к зачету

1. Интернет-реклама как самостоятельный вид рекламы.
2. Рекламное объявление как самый распространённый жанр рекламы.
3. Тенденции развития рекламы в периодической печати.
4. Основные формы телевизионной рекламы.
5. Паралингвистические средства телерекламы.
6. Социокультурный контекст радиорекламы.
7. Особенности деятельности рекламного агентства в РФ.
8. Имидж политика (политической организации).
9. Основные и побочные эффекты рекламы.
10. Истоки противоречий во взаимодействии рекламы и паблик рилейшнз.
11. Принципы эффективной деятельности институтов паблик рилейшнз.
12. Соотношение имиджа и стереотипа.
13. Факторы эффективности презентации.
14. Особенности PR-кампаний в области экономики, политики, культуры.
15. Коммуникационная стратегия управления кризисом.
16. Индивидуальный стиль и эффективность работы.
17. Эффективность рекламы.
18. Технологии паблик рилейшнз.
19. Политическая реклама.
20. Правовое и этическое регулирование PR-деятельности.

Ссылка на видеоматериалы https://www.youtube.com/channel/UC8nGQ3idJXJNL-KzgVCKJkA/videos?view_as=subscriber

ССЫЛКА НА ВИДЕО ПРЕЗЕНТАЦИИ https://vk.com/videos6190025?section=album_3

Ссылка на ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧИТЬ КОНСУЛЬТАЦИЮ <https://vk.com/julypoly>

Основная литература:

1. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 296 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68862> — Загл. с экрана.
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб.

пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866> — Загл. с экрана.

3. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 256 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68857> — Загл. с экрана.

4. Чумиков, А.Н. Антикризисные коммуникации. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 172 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69083> — Загл. с экрана.

5. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4.

Дополнительная литература

1. Алтунина, И. Р. Социальная психология : учебник для академического бакалавриата / И. Р. Алтунина, Р. С. Немов ; под ред. Р. С. Немова. — 2-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 427 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01317-7.

2. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: Учебное пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68864> — Загл. с экрана.

3. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С.А. Шомова [и др.]. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 198 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68854> — Загл. с экрана.

4. Вирен, Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 126 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68804> — Загл. с экрана.

5. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и пр : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 391 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00765-7.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС «Троицкий мост»; Договор № 223 П/17-121. www.trmost.ru

ЭБС «Лань»; Договор № 223/17-28. www.e.lanbook.ru

ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/17-27. www.biblio-online.ru

ЭБС «Консультант студента»; Договор № 223/17-12. www.studentlibrary.ru

ЭБС «Университетская библиотека онлайн»; Договор № 204-11/15/223/16-7

www.biblioclub.ru

Преподаватель _____ Ю. А. Полякова

Заведующий кафедрой _____ И. В. Ерофеева