

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

1. Цель освоения дисциплины

Усвоение студентами системы знаний в области технологий рекламы и связей с общественностью, позволяющими выстраивать эффективное коммуникативное поведение.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Методология научных исследований», «Нейромаркетинг», «Применение искусственного интеллекта в бизнес-маркетинге». Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Современные проблемы маркетинга», «Креативные технологии в бренд-коммуникациях», «Правовое регулирование в сфере бизнеса», «Управление человеческими ресурсами».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3);
- способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- понятие технологии и технологизации профессиональной сферы деятельности;
- базовые инструменты технологий рекламы и PR;
- частные аспекты использования технологий связей с общественностью и рекламы в отрасли;

уметь

- задействовать технологии связей с общественностью и рекламы для решения профессиональных задач;
- использовать базовые инструменты технологий связей с общественностью и рекламы;
- определять целевые аудитории;

владеть

- способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 24 ч., СРС – 84 ч.),

распределение по семестрам – 2,
форма и место отчётности – зачёт (2 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

PR и реклама в системе маркетинговой коммуникации.

Паблик рилейшнз: многообразие определений и понятий. Принципы паблик рилейшнз. Функции PR. Политическая реклама как форма коммуникации. Предмет, субъект и объект рекламы. Отличие различных видов рекламы. Методы рекламной деятельности. Классификация рекламы по каналу ее восприятия адресатом (К. Джонсона-Карти, Дж. Коупленда): визуальная, аудиальная, аудио-визуальная. Классификация рекламы в зависимости от силы воздействия на аудиторию.

Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью. Психологические аспекты восприятия текста и изображения в рекламе и связях с общественностью. Простейшие приемы нейролингвистического программирования. Психологические эффекты и приемы манипуляции современных СМИ. Психологические аспекты пропаганды. Приемы манипуляции российских СМИ. Эффективность телевизионной рекламы и пропаганды. Психологические особенности радиорекламы. Использование музыки в рекламе. Аудиобрендинг.

PR-технологии: разновидности и инструменты.

Политические технологии. Экономические кампании: PR как способ повышения инвестиционной привлекательности. Социальные кампании: спонсоринг и фандрейзинг. Экологический PR. Модульные технологии в реализации PR-проектов. Бизнес PR-технологии. Информационные PR-технологии. Базовые инструменты PR-технологий. Бенчмаркинг. Life Placement. Сторителлинг. Слухи в PR-кампаниях организаций. Управление толпой как инструмент PR. Проведение имидж-ивентов в контексте PR-сопровождений.

6. Разработчик

Телятникова Виктория Сергеевна, канд. экономических наук, доцент кафедры технологии, экономики образования и сервиса ФГБОУ ВО "ВГСПУ".