

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Основы маркетинга, рекламы и PR»

по направлению 42.03.02 «Журналистика» (бакалавриат)

#### 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цели освоения дисциплины:** Дать будущим журналистам общее представление о возникновении в России медиарынка, о возрастающей роли маркетинга, рекламы и PR в развитии медиаиндустрии и продвижении массово-информационной продукции.

**Задачи освоения дисциплины:**

- определить понятие медиамаркетинга и его роль в позиционировании СМИ и продвижении медиапродукции на информационном рынке;
- выявить особенности маркетинга на рынке потребителей медиапродукции;
- изучить методы маркетинга и его значение в продвижении СМИ на рынок;
- рассмотреть организацию работы редакционной службы маркетинга, ее финансовой базы;
- раскрыть роль маркетинга в укреплении финансовой базы издания, в формировании и реализации редакцией СМИ ценовой, тиражной, рекламной политики, в подготовке и выполнении бизнес-плана редакции;
- исследовать классификацию рекламных средств и условий их применения в системе массовых коммуникаций;
- изучить организацию работы рекламных и PR-служб с редакциями средств массовой информации;
- рассмотреть основные принципы составления рекламных и PR-текстов;
- выявить экономическую и психологическую эффективность рекламных и PR-мероприятий;
- определить этико-правовые механизмы регуляции рекламной и PR-деятельности.

#### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Основы маркетинга, рекламы и PR» относится к обязательной части Блока Б1.О.25 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом. Учебная дисциплина «Основы маркетинга, рекламы и PR» не только раскрывает сущность реализации маркетинговых задач в системе современных масс-медиа, но и формирует экономическое мышление будущих журналистов, создает базу для применения изученного материала на практике.

Дисциплина читается в 6-ом семестре 3-его курса.

Результаты освоения дисциплины будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении следующих специальных дисциплин:

- «Экономика и менеджмент СМИ»;
- «Социология журналистики»;
- «Медиаметрия и медиапланирование»,

а также для прохождения производственных практик, государственной итоговой аттестации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<b>ОПК-4</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p><b>Знать:</b> актуальные социологические данные о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп.</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать структуру и информационные потребности аудитории; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов.</p> <p><b>Владеть:</b> методами работы с аудиторией, медиаметрии и медиапланирования, обеспечения и анализа эффективной обратной связи.</p>
<b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p><b>Знать:</b> цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p> <p><b>Владеть:</b> методами поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста.</p>

### 4. Общая трудоемкость дисциплины

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

### 5. Образовательные технологии

В ходе изучения дисциплины «Основы маркетинга, рекламы и PR» используются традиционные методы и формы обучения (практические занятия, самостоятельная работа).

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины); подготовка к устному опросу; подготовка к тестированию; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций, творческих контактов, сдаче зачета; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий учебного и творческого характера.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

## 6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены виды текущего контроля: тестирование, устный опрос на семинарском занятии.

Промежуточная аттестация проводится в форме: **зачет**.