

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 16:03:24

Уникальный программный ключ:

ef5a4fe6ed0ffdf7f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c8f6bee882b84602

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Реклама и PR»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) – «Маркетинг и управление инновационными проектами»

Уровень образования - бакалавриат

Форма обучения – очная

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности участия в разработке и реализации рекламной кампании фирмы.

Задачи дисциплины: сформировать представление о понятиях, целях и методах PR и рекламной деятельности; сформировать навыки определения целевых аудиторий и использовать соответствующие средства PR и рекламы; создать условия для приобретения опыта в формировании предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) компании средствами рекламы и PR.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы (является элективной).

Входные требования к дисциплине: базовые знания по экономической и организационной теории, основам менеджмента и маркетинга; умение анализировать внешнюю и внутреннюю информацию предприятия; имеет опыт обработки данных в целях принятия управленческих решений.

Результатом освоения дисциплины является формирование подкомпетенции ПК-5 РиPR «Способен формировать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) компании».

3. Краткое содержание дисциплины:

Реклама в системе массовых коммуникаций. История рекламы в России и мире. Функции и цели рекламы. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности. Психология рекламы. Специфика психологического восприятия рекламного продукта. Реклама как форма манипуляции общественным сознанием. Прогрессивная логика построения понятийного аппарата. Цели, методы и тренды в PR. Брендинг, конструирование имиджа. Миссия, видение будущего, корпоративная философия. Корпоративная культура. Кодексы поведения. Целевые аудитории и средства PR. Визуализация имиджа. Создание слоганов. Фирменный стиль. Брендменеджмент. Методы продвижения имиджа. дентификационный брендинг. Ко-брендинг. Ребрендинг. Аудиальный и сенсорный брендинг. Коммуникационные стратегии фирмы. Информационно-коммуникационное сопровождение PR-программ. Оценка эффективности PR-программ. Реализация PR-стратегии в традиционных медиа и пространстве интернет-коммуникаций.

Разработчик:

Старший преподаватель кафедры МиУП, к.э.н. Марина О.А.