

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Теория и практика рекламы» являются: формирование у студентов теоретических знаний о состоянии, положении и функционировании рекламного процесса в условиях современного рынка, а также приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария дисциплины в практике рекламной деятельности; владение навыками использования технологий рекламы при взаимодействии со смежными направлениями профессиональной деятельности, прежде всего, маркетинг и связи с общественностью.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	2,3,4,5 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6; ПК-2; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	13 зачетных единиц, 468 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>2 семестр</p> <p>Тема 1. Роль рекламы в современном обществе.</p> <p>Тема 2. Основные понятия и определения в сфере рекламы.</p> <p>Тема 3. Глобальные тенденции развития современной рекламы.</p> <p>Тема 4. Функции рекламы в обществе.</p> <p>Тема 5. Государственное регулирование и саморегулирование рекламной отрасли.</p> <p>Тема 6. Реклама как вид массовой коммуникации.</p> <p>Тема 7. Коммерческая реклама.</p> <p>Тема 8. Коммуникативные модели коммерческой рекламы.</p> <p>Тема 9. Некоммерческая реклама.</p> <p>3 семестр</p> <p>Тема 1 Типы и виды рекламы: общая характеристика.</p> <p>Тема 2 Печатная реклама</p> <p>Тема 3 Реклама в СМИ: тенденции и перспективы</p> <p>Тема 4 Виды рекламы в печатных СМИ</p> <p>Тема 5 Радиореклама</p>

	<p>Тема 6 Телевизионная реклама</p> <p>Тема 7 Наружная реклама</p> <p>Тема 8 Транзитная реклама</p> <p>Тема 9 Интернет-реклама: общая характеристика</p> <p>Тема 10 Таргетированная и контекстная реклама</p> <p>Тема 11 Реклама в социальных сетях и мессенджерах</p> <p>Тема 12 Рекламно-сувенирная продукция</p> <p>Тема 13 Рекламные технологии в стимулировании сбыта</p> <p>4 семестр</p> <p>Тема 1. Понятие рекламного продукта. Разработка рекламного сообщения.</p> <p>Тема 2. Составляющие рекламного сообщения.</p> <p>Тема 3. Классификация рекламных услуг.</p> <p>Тема 4. Планирование рекламной деятельности.</p> <p>Тема 5. Рекламное агентство и его функции.</p> <p>Тема 6. Рекламная кампания.</p> <p>Тема 7. Рекламные и маркетинговые исследования.</p> <p>Тема 8. Целевая аудитория рекламной кампании.</p> <p>Тема 9. Контроль рекламной деятельности.</p> <p>Тема 10. Коммуникационные стратегии в рекламе.</p> <p>Тема 11. Рекламная аргументация.</p> <p>Тема 12. Понятие креатива в рекламе.</p> <p>Тема 13. Идея рекламного сообщения.</p> <p>Тема 14. Исследования целевой аудитории в рекламе.</p> <p>Тема 15. Язык рекламы: его роль в создании рекламного обращения.</p> <p>Тема 16. Семиотика рекламы.</p> <p>5 семестр</p> <p>Тема 1. Художественный дизайн в рекламе.</p> <p>Тема 2. Иллюстрирование рекламы.</p> <p>Тема 3. Рекламная фотография.</p> <p>Тема 4. Цвет как художественное средство в рекламе.</p> <p>Тема 5. Дизайн стратегия в рекламе.</p> <p>Тема 6. Типы рекламных текстов.</p> <p>Тема 7. Функции рекламных текстов.</p> <p>Тема 8. Рекламный текст как разновидность современного мифа.</p> <p>Тема 9. Структурно-содержательные характеристики рекламного текста.</p> <p>Тема 10. Методика разработки идей текстовых тем рекламных материалов.</p> <p>Тема 11. Язык рекламных заголовков.</p> <p>Тема 12. Виды рекламных заголовков.</p> <p>Тема 13. Слоган как рекламная константа.</p> <p>Тема 14. Понятие языковой игры в рекламном текст</p>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p>	<p>Зачет (2 семестр), зачет с оценкой (3 семестр), экзамен (4,5 семестр), курсовая работа (4 семестр).</p>