

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС  
Факультет государственного и муниципального управления  
Кафедра менеджмента

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ДИСЦИПЛИНЫ**

Реклама и связи с общественностью

(Б1.В.25)

краткое наименование дисциплины: не устанавливается

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент  
направленность (профиль): «Менеджмент организации»  
квалификация выпускника: Бакалавр  
формы обучения: очная, заочная

Год набора 2020

Новосибирск, 2020

**Авторы – составители:**

доцент кафедры менеджмента	Белая Елена Александровна
доцент кафедры менеджмента	Бондаренко Ирина Викторовна
преподаватель кафедры менеджмента	Иванова Марина Владимировна
доцент кафедры менеджмента	Матюнин Владимир Михайлович
заведующий кафедрой менеджмента	Симагина Ольга Владимировна
доцент кафедры менеджмента	Филиппов Дмитрий Викторович

## **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать способность готовить материалы рекламно-информационного характера в соответствии с требованиями законодательства и морально-этическими нормами.

## **План курса:**

### **Тема 1. PR и реклама в системе маркетинговой коммуникации.**

Публик рилейшнз: многообразие определений и понятий. Принципы публик 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, аудиовизуальная. Классификация рекламы в зависимости от силы воздействия на аудиторию. Функциональная типология рекламы Ф. Котлера. Информационная, коммуникативная функции рекламы. Агитация и пропаганда

### **Тема 2. 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 аспекты пропаганды. Приемы манипуляции российских СМИ. Основные принципы воздействия музыки на человека. Использование музыки в рекламе. Аудиобрендинг.

### **Тема 3. PR-технологии: разновидности и базовые 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.

### **Тема 4. Креативные технологии в рекламе и СО.**

Креатив в рекламе. Технологии креатива. Составляющие креатива. Структура креатива. Маркетинговая, рекламная и медийная стратегии. Рекламная кампания, рекламные сообщения и обращения. Сценарная, эскизная и дизайн разработка. Технологическая проработка, бюджетирование и планирование реализации.

### **Тема 5. Эффективность рекламных и PR мероприятий**

Модель оценки PR-эффективности по Т. Ватсону. Модель оценки Ассоциации американских маркетологов. Другие варианты оценки эффективности. Этапы оценки эффективности PR кампаний. Оценка эффективности рекламных кампаний.

## **Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.**

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема	Методы текущего контроля успеваемости
PR и реклама в системе маркетинговой коммуникации	Опрос, доклады
Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью.	Опрос, доклады
PR-технологии: разновидности и базовые инструменты	доклады
Креативные технологии в рекламе и СО.	проект
Эффективность рекламных и PR мероприятий	Опрос

Зачет проводится в форме итоговой защиты группового проекта.

### **Основная литература:**

1. Артамонов, Д. С. История рекламы и PR : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» / Д. С. Артамонов. — Саратов : Издательство Саратовского университета, 2019. — 80 с. — ISBN 978-5-292-04611-0. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99033.html> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон. — библиотечная система «IPRbooks», требуется авторизация.
2. Варакута, С. А. Связи с общественностью / С. А. Варакута - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 207 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-003443-0. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597> (дата обращения: 15.10.2020). – Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Znanium.com», требуется авторизация.
3. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2018. — 462 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-02457-9. — URL: <https://urait.ru/bcode/414943> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.
4. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/456679> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.
5. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/453403> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.
6. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.

7. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — URL: <https://urait.ru/bcode/451046> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.
8. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — URL: <https://urait.ru/bcode/425227> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.