

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по направлению Реклама



Институт: _____ **Медиа, Рекламы и Кино** _____
Название института

Кафедра: **Креативных индустрий** _____
Название кафедры

Автор(ы): _____ **Манасян Арсен Эдуардович** _____
Ученое звание, ученая степень, Ф.И.О

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина: **Б1.О.03 Технологии рекламы и СО в различных сферах**

Код и название дисциплины согласно учебному плану

Для магистерских программ:

Магистерская программа: _____ **42.04.01** _____
Код программы по ОКСО

Стратегические коммуникации в рекламе и PR
Название магистерской программы

Направление: _____ **Реклама и СО** _____
Название направления

ЕРЕВАН

Паспорт дисциплины

Индекс дисциплины: Б1.О.03

Наименование и код специальности подготовки 42.04.01 - «Реклама и СО»

Год обучения: 2

Форма обучения: очная

Семестр: 2

Общее кол-во часов на дисциплину 144

Аудиторное кол-во часов на дисциплину 36, из них практические задания – 36 часов, самостоятельная работа – 108 часа.

1. Аннотация

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с организацией рекламной и PR деятельности в различных отраслях и сферах. В современных условиях реклама стала действенным элементом политической, социальной, культурно-духовной и многих других сфер жизнедеятельности общества. Реклама – важнейшая составляющая различных отраслей бизнеса как инструмент формирования потребительского спроса, продвижения товаров и услуг.

Службы рекламы и связей с общественностью являются неотъемлемой частью штатной структуры государственных учреждений, общественных объединений, коммерческих организаций, компаний, фирм и т.п. В связи с этим возникла острая потребность в подготовленных, высококвалифицированных специалистах в области рекламной деятельности во всех сферах и отраслях жизнедеятельности общества. На это и нацелено изучение курса «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах».

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и компетенциях студентов, полученных при освоении базовых курсов по маркетингу, рекламе и связям с общественностью. Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» обеспечивает студентам магистратуры возможность реализовать свои знания при выполнении выпускной диссертационной работы.

2. Содержание

2.1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: освоение основ теории и практики организации рекламной и PR деятельности в различных сферах жизнедеятельности общества.

Задачи курса:

- изучение классификации сфер жизнедеятельности общества, отраслей экономики и промышленности;
- определение специфики рекламной и PR деятельности в социально-политической, экономической, культурно-духовной жизни общества;
- уяснение особенностей рекламной и PR деятельности в промышленности и бизнесе;

- приобретение практических навыков организации рекламной деятельности в различных отраслях и сферах.

2.2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины (какие компетенции (знания, умения и навыки) должны быть сформированы у студента ПОСЛЕ прохождения данной дисциплины)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

знать:

- теоретические основы рекламной деятельности основных сферах и отраслей жизнедеятельности общества;
- особенности целей и задач рекламного дела в различных отраслях и сферах деятельности;
- технологии рекламы в социально-политической, экономической, культурно-духовной и других сферах общественной жизни и производственной деятельности;

уметь:

- разрабатывать стратегию и тактику рекламной деятельности в различных отраслях и сферах общества;
- определять выбор рекламных средств в той или иной отрасли;

владеть навыками:

- планирования рекламной деятельности в тех ил иных сферах и отраслях деятельности;
- организации работы рекламной службы (отдела, группы, департамента) предприятия, учреждения, организации;
- использования форм и методов рекламной деятельности в различных отраслях и сферах деятельности.

2.3. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4; Форма контроля – зачет.

2.4. Распределение объема дисциплины по темам и видам учебной работы

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. занятия (ак. часов)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)	Другие виды занятий (ак. часов)
1	2=3+4+5+6+7	3	4	5	6	7
Тема 1. Цель и задачи курса. Основные понятия учебной дисциплины			2	2		

Тема 2. Реклама как социальный институт			2	2		
Тема 3. Роль рекламы и СО в формировании имиджа и корпоративной культуры организации			2	2		
Тема 4. Реклама и СО как инструмент формирования культуры бизнеса			2			
Тема 5. Политическая реклама			2			
Тема 6. Социальная реклама		2				
Тема 7. Финансово-экономическая реклама		2				
Тема 8. Реклама и СО в сфере производства и промышленности			2			
Тема 9. Реклама и СО в сфере услуг и сервиса			2			
Тема 10. Реклама и СО в сфере торговли			2			
Тема 11. Новые рекламные и PR технологии в сфере бизнеса			2			
Тема 12. Реклама и СО в сфере науки, образования и культуры		2				
Тема 13. Реклама и СО в сфере экологии, медицины и здравоохранения			2			
Тема 14. Реклама и СО в туризме			2			
Тема 15. Средства распространения рекламы в отраслях и сферах деятельности			2			
ИТОГО		6	24	6		

2.5. Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Цель и задачи курса. Основные понятия учебной дисциплины

Цель и задачи курса. Понятия «рекламная деятельность», «сферы жизнедеятельности общества», «отрасли производства и бизнеса». Содержание и структура рекламной деятельности. Рекламный менеджмент. Рекламный маркетинг. Рекламный консалтинг. Рекламный процесс. Рекламный продукт. Рекламный рынок.

Основные сферы жизнедеятельности общества: политика, экономика, экология, культура и др. Структура социальной сферы. Отрасли промышленности. Отрасли производства товаров народного потребления. Основные направления бизнеса. Сфера услуг.

Тема 2. Реклама как социальный институт

Понятие социального в рекламе: виды и уровни социальных процессов в рекламной деятельности. Реклама как социальный феномен. Социальные функции рекламы в обществе. Социальные факторы возникновения рекламы как массового явления: уровень производства (товарная масса), конкуренция, рынок средств массовой информации. Реклама как социальный институт: общая характеристика и этапы эволюции.

Тема 3. Роль рекламы и СО в формировании имиджа и корпоративной культуры организации

Понятие имиджа. Реклама как инструмент создания и укрепления имиджа организации. Понятие корпоративной культуры. Рекламные средства формирования корпоративной культуры организации. Взаимодействие рекламы и торговой марки (бренда, фирменного стиля, логотипа и т.п.) организации. Рекламные средства оформления интерьера офиса.

Тема 4. Реклама и СО как инструмент формирования культуры бизнеса

Эволюция российского стиля делового поведения. Становление культуры бизнеса в России. Ценности предпринимательской деятельности. Традиции российского предпринимательства. Реклама и социальная ответственность бизнеса. Рекламное обеспечение подбора кадров. Место рекламы в расширении клиентской базы и удержания потребителей. Реклама как средство продвижения товаров и услуг, повышения потребительского спроса. Реклама как инструмент повышения рентабельности предприятия (компании, фирмы).

Тема 5. Политическая реклама

Понятие политики. Политическая система. Политические организации. Политическая деятельность. Место и роль рекламы в деятельности политических партий и общественных организаций. Реклама как инструмент политического воздействия на общественное мнение. Реклама и выборы. Рекламные средства предвыборной агитации. Законодательство РФ о порядке и правилах ведения предвыборной агитации. Скрытая политическая реклама. Реклама как инструмент политического лоббирования. Рекламные средства формирования имиджа политического лидера.

Тема 6. Социальная реклама

Определение социальной рекламы в Законе РФ «О рекламе». Взаимосвязь социальной рекламы и социальных сфер общества. Цели, задачи и функции социальной рекламы. Социальная реклама как инструмент реализации социальной политики государства. Виды социальной рекламы. Отличительные черты социальной рекламы. Социальная значимость. Общественная полезность. Эмоциональная выразительность. Направленность на принятие конкретных решений. Формирование общественного мнения средствами рекламы. Реклама как инструмент профилактики негативных явлений и социальных пороков в обществе. Реклама как средство противодействия антиобщественным действиям. Реклама социальных ценностей общества. Реклама благотворительных акций.

Тема 7. Финансово-экономическая реклама

Понятие экономики. Содержание и структура экономической сферы общества. Реклама как инструмент реализации социально-экономической политики государства. Закон РФ «О рекламе» о порядке рекламирования финансовых услуг. Финансы и финансовые компании. Финансовая услуга. Особенности рекламирования финансово-экономической деятельности организаций. Место и роль рекламы в экономической сфере общества. Реклама финансовых услуг населению. Специфика и стратегия банковской рекламы. Элементы банковской рекламы. Основные направления рекламы услуг в сфере страхования. Анализ рекламного страхового рынка.

Тема 8. Реклама и СО в сфере производства и промышленности

Цели, задачи и функции службы рекламы на предприятии. Взаимосвязь маркетинга и рекламы на промышленном рынке. Реклама различных сегментов рынка промышленных товаров. Реклама средств производства. Реклама производства новых промышленных товаров. Реклама качественных характеристик оборудования и техники. Реклама как средство отстройки от конкурентов на рынке. Реклама как инструмент продвижения и расширения рынка сбыта товаров. Реклама агропромышленного бизнеса.

Тема 9. Реклама и СО в сфере услуг и сервиса

Понятие услуг и их отличие от товаров. Классификация услуг. Услуги как основной предмет рекламы. Специфика рекламы услуг. Реклама бытовых услуг. Реклама в сфере досуга и отдыха. Реклама в сфере физической культуры и спорта. Реклама информационных услуг. Реклама предприятий быстрого питания. Реклама сервисного обслуживания бытовой и иных видов техники.

Тема 10. Реклама и СО в сфере торговли

Основы теории и практики торговли. Взаимосвязь мерчендайзинга и рекламы. Реклама как инструмент привлечения и удержания потребителей. Рекламные средства аргументации и представления товара. Рекламно-информационное оформление и дизайн торгового зала. Место и роль витринной рекламы в сфере торговли. Упаковочная реклама как элемент культуры торговли и привлечения внимания потребителей. Печатные, аудио- и визуальные рекламные средства торговли. Рекламные проспекты и буклеты ассортимента товаров. Директ-маркетинг в торговле. Реклама правил современной торговли.

Тема 11. Новые рекламные и PR технологии в сфере бизнеса

Понятия ATL (above the line) и BTL (below the line) в сфере бизнеса. Развитие BTL-индустрии в России. Проблемы и недостатки BTL-индустрии. Классификация услуг в области BTL. Инструментарий BTL-акций. Отличие рекламных технологий ATL-акций и BTL-акций. Рекламное сопровождение форм и мероприятий BTL-акций. Основные составляющие BTL-рекламы. Рекламные POS-материалы (point-of-sale). Понятие «product placement» (PP). Развитие «product placement» в России. Основные направления, виды и типы «product placement». Рекламные средства «product placement».

Тема 12. Реклама и СО в сфере науки, образования и культуры

Реклама достижений науки и техники в СМК. Проблемы рекламирования научно-технических достижений. Классификация образовательных услуг. Анализ рекламного рынка образовательных услуг. Средства рекламы в сфере образования. Информационно-просветительская функция рекламы в сфере образования. Реклама и рынок труда. Реклама как средство управления трудовыми ресурсами. Реклама кадровых служб. Реклама как

составная часть массовой культуры. Реклама культурно-духовного достояния общества. Реклама и театр. Реклама и музей. Реклама в кино. Реклама экспозиций и выставок произведений культуры и искусства. Реклама новинок литературы.

Тема 13. Реклама и СО в сфере экологии, медицины и здравоохранения

Понятие экологии. Природопользование. Экологическая сфера общества. Реклама как инструмент формирования экологического воспитания. Сфера медицинских услуг. Реклама медицинских услуг, оборудования и препаратов. Реклама как средство пропаганды здорового образа жизни. Рекламные средства противодействия наркомании, алкоголизму и табакокурению.

Тема 14. Реклама и СО в туризме

Исторические аспекты туризма. Понятие и классификация туризма. Туристический рынок. Сегментирование туристического рынка. Цели и задачи рекламы в туристическом бизнесе. Информационная, убеждающая и напоминающая функции рекламы в туризме. Принципы рекламной деятельности в туристическом бизнесе. Реклама как средство продвижения турпродукта. Реклама туристических выставок и экспозиций. Анализ рекламно-туристического рынка. Ответственность турфирмы за недобросовестную рекламу. Реклама гостиничных услуг и сервиса. Реклама транспортных услуг и сервиса.

Тема 15. Средства распространения рекламы в отраслях и сферах деятельности

Рекламное сообщение в газетах. Язык и стиль рекламного продукта в журналах. Книжная реклама. Специфика печатной реклама (листовки, буклеты, проспекты и др.). Особенности рекламной информации на радио. Возможности рекламы на телевидении. Преимущества и недостатки рекламы в Интернете. Виды наружной рекламы. Реклама на транспорте (транзитная реклама). Нетрадиционные средства распространения рекламы. Дизайн и графика сувенирной рекламы. Витринная реклама и ее коммуникативные возможности. Другие рекламоносители. Скрытая реклама.

2.6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

- Мультимедийный проектор
- Компьютерный класс

3. Теоретический блок

Материалы по теоретической части курса

Учебник(и)

Основная литература

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.

4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.
6. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
7. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0

Научная литература

1. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
2. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.
3. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.

Дополнительная литература

4. Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.
5. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 157с.
6. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342 с.
7. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. – 302
8. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16- 003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Электронные материалы (электронные учебники, учебные пособия, краткие конспекты лекций, презентации РРТ и т.п.)

<http://marketing.rsuh.ru> Сайт Центра маркетинга и рекламы РГГУ, на котором есть книжная рубрика, рубрика интернет-источников по маркетингу. Есть словарь Д.А. Шевченко «1000 терминов. Маркетинг, реклама».

www.sostav.ru Сайт по проблемам маркетинга и рекламы. Представлены новости. Содержится большое количество аналитических, исследовательских материалов. Имеется форум.

<http://www.socreklama.ru> Сайт информационно-аналитического агентства «Социальная реклама». В разделе «Медиа-библиотека» есть представлена видео-, аудио-, печатная реклама. В разделе «Аналитика» публикуются различные материалы о социальной рекламе.

www.4p.ru Сайт электронного журнала по маркетингу. Есть «Магазин исследований» с аннотациями отчетов о них, информация о ряде грядущих семинаров (рубрика «Образование»). Публикации размещены в рубриках «Практика и теория», «Исследования» и др. В «Книжной лавке» совместно с издательством «Питер» представлены аннотации книг по маркетингу. Есть форум.

www.piterprint.ru/forum форум «Реклама в Санкт-Петербурге».

www.admarket.ru Сайт Клуба журналистов, пишущих в центральной прессе о маркетинге и рекламе. Ежедневно публикуются новости рекламного рынка. Периодически публикуются интервью со специалистами рекламного рынка. Также здесь можно найти ежемесячные рейтинги ста крупнейших российских рекламодателей (отдельно телевидение, радио и пресса, а также наружная реклама в Москве и России), рейтинги СМИ (данные маркетинговых агентств Gallup Media, Gallup AdFact, «ЭСПАР-Аналитик», «Комкон-Медиа», ROMIR Monitoring).

www.salespromotion.ru Сайт «Below The Line» Российской ассоциации стимулирования сбыта. В рубрике «Пресс-клиппинг» представлен архив новостей маркетинга и рекламы. Есть форум по тематике BTL, много материалов в рубриках «Теория», «Интервью».

www.marketer.ru Сайт посвящен проблематике Интернет-маркетинга: исследования, персоналии, статьи, файлы и др.

www.productplacement.nm.ru Сайт о product placement. Фотографии и кадры из фильмов, библиотека по теме, форум.

www.esomar.org Сайт Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) на английском языке. Каталог публикаций содержит аннотации: серии монографий, ряда международных исследований, информацию о конгрессах и конференциях этой организации.

www.overture.com Поисковый англоязычный сайт со ссылками по тематикам рекламы, брендинга, прямого маркетинга, маркетинга событий, Интернет-маркетинга, маркетинговых исследований, анализа и планирования, продвижения, телемаркетинга и др.

"Синтетический маркетинг" Сайт Константина Длуцкого по экологии стратегического маркетинга. Богатая [коллекция](#) статей по маркетингу, коммуникации, брендингу, необычной рекламе.

[V-RATIO Business Consulting Company](http://www.v-ratio.com) сайт консалтинговой компании. Есть статьи и методические материалы по маркетинговым исследованиям.

www.grp.ru Сайт о технологиях продажи рекламы. Есть словарь терминов.

<http://www.comcon-2.ru/> Сайт «Комкона» (включая «Комкон-СПб»). Регулярно публикуются результаты исследований, а также рейтинги СМИ, объем аудиторией СМИ.

<http://www.armi-marketing.com/> Сайт на английском языке. Есть раздел «Библиотека», в которой можно скачать статьи по рекламе, маркетингу, медиапланированию, а также данные по некоторым исследованиям.

<http://www.bma.ru/> Business and Marketing Analytic Centre В разделе «Библиотека маркетинга» есть много статей, посвященных маркетингу, рекламе и связям с общественностью.

<http://www.MAGRAM.ru/> Magram Market research Market research. Есть раздел «Публикации» (подборка статей из журналов по рекламе, маркетингу, исследованиям рынков).

www.rprg.ru Раздел «Рекламный рынок России в цифрах», статьи, «Обзор рекламной активности». Маркетинговые исследования и рекламный консалтинг.

4. Практический блок

Планы практических и семинарских занятий

Цель практических занятий: сформировать навыки анализа ситуации на рекламном рынке отрасли, изучить специфику организации рекламной деятельности в той или иной сфере, научить выбирать адекватные ситуации и поставленным целям рекламные средства.

Схема практического занятия (продолжительность – 90 минут): обсуждение проблемных вопросов по теме (30 минут), анализ текстов рекламных сообщений в тематическом ключе и выступления студентов с сообщениями (40 минут), ответы на вопросы студентов (10 мин), требования и рекомендации по выполнению очередного домашнего задания (10 мин).

Практическое занятие 1. Роль рекламы и СО в формировании имиджа и корпоративной культуры организации

Цель занятия: рассмотреть понятие имиджа, выявить основные рекламные средства создания и укрепления имиджа организации.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие имиджа. Реклама и СО как инструмент создания и укрепления имиджа организации.
2. Рекламные средства формирования корпоративной культуры организации.
3. Реклама и торговая марка (бренд, фирменный стиль, логотип и т.п.) организации.

Литература:

Основная литература

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.
4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.

Дополнительная литература

1. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
2. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>
Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов

- образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.
3. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 157с.
 4. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342 с.
 5. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. – 302
 6. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16- 003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Практическое занятие 2. Реклама и СО как инструмент формирования культуры бизнеса

Цель занятия: рассмотреть рекламные аспекты социальной ответственности бизнеса, определить роль рекламы и связей с общественностью в успешности деятельности предприятий и организаций.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «культура бизнеса». Ценности предпринимательской деятельности. Традиции российского предпринимательства.
2. Реклама и социальная ответственность бизнеса.
3. Рекламное обеспечение подбора кадров, расширения клиентской базы и удержания потребителей.
4. Реклама и СО как инструмент повышения рентабельности предприятия (компании, фирмы).

Литература:

Основная

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.
4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.

Дополнительная литература

1. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
2. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>

- Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.
3. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 157с.
 4. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342 с.
 5. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. – 302
 6. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Практическое занятие 3. Социальная реклама.

Цель занятия: рассмотреть основные виды социальной рекламы, проанализировать рекламные тексты.

Вопросы для обсуждения:

1. Определения социальной рекламы.
2. Взаимосвязь социальной рекламы и социальных сфер общества.
3. Цели, задачи и функции социальной рекламы.
4. Виды социальной рекламы.
5. Структура и выразительность социальной рекламы (анализ текстов).

Литература:

Основная

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.
4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.

Дополнительная литература

1. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
2. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>
Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов

- образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.
3. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 157с.
 4. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342 с.
 5. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. – 302
 6. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0<http://znanium.com/go.php?id=371726>

Практическое занятие 4. Финансово-экономическая реклама

Цель занятия: выявить специфику рекламы в финансовой и страховой сферах.

Вопросы для обсуждения:

1. Реклама финансовых услуг.
2. Особенности рекламирования финансово-экономической деятельности организаций.
3. Специфика банковской рекламы.
4. Рекламный страховой рынок.

Литература:

Основная

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.
4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.

Дополнительная литература

1. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
2. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>
Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.

3. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 157с.
4. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342 с.
5. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. – 302
6. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16- 003443-0<http://znanium.com/go.php?id=371726>

Практическое занятие 5. Реклама и СО в сфере производства и промышленности

Цель занятия: выявить специфические черты рекламной деятельности в промышленности.

Вопросы для обсуждения:

1. Функции рекламной и PR службы на предприятии. Взаимосвязь маркетинга и рекламы на промышленном рынке.
2. Реклама промышленных товаров.
3. Реклама средств производства.
4. Специфика рекламы и СО в отдельных отраслях промышленности.

Литература:

Основная

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.
4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.

Дополнительная литература

6. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
7. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>
Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.
8. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А.

- Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 157с.
9. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342 с.
10. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. – 302
11. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Практическое занятие 6. Реклама и СО в сфере услуг и сервиса

Цель занятия: определить специфику рекламы и СО в сфере услуг.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие услуг, их отличия от товаров. Классификация услуг.
2. Специфика рекламы услуг.
3. Реклама бытовых услуг.
4. Реклама и СО в сфере досуга и отдыха.
5. Реклама и СО в сфере физической культуры и спорта.
6. Реклама информационных услуг.
7. Реклама предприятий общественного питания.

Литература:

Основная

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.
4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.

Дополнительная литература

1. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
2. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>
Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.
3. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 157с.

4. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342 с.
5. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. - 302
6. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Практическое занятие 7. Реклама и СО в сфере торговли

Цель занятия: рассмотреть основные аспекты рекламной деятельности в торговой сфере.

Вопросы для обсуждения:

1. Основы теории и практики торговли.
2. Взаимосвязь мерчендайзинга и рекламы.
3. «Витринная» реклама в сфере торговли.
4. «Упаковочная» реклама как элемент культуры торговли.
5. Директ-маркетинг в торговле. Интернет-магазины.

Основная

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.
4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.

Дополнительная литература

1. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
2. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>
Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.
3. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 157с.
4. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342 с.
5. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в

реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. – 302

6. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Практическое занятие 8. Новые рекламные и PR технологии в сфере бизнеса

Цель занятия: определить основные тренды в развитии рекламных технологий и средств, проанализировать эффективность их использования в рекламной деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятия ATL (above the line) и BTL (below the line) в сфере бизнеса.
2. Инструментарий BTL-акций. Отличие рекламных технологий ATL- и BTL-акций.
3. Рекламное сопровождение BTL-акций.
4. Рекламные POS-материалы.
5. Понятие «product placement». Развитие «product placement» в России. Виды «product placement».

Литература:

Основная

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.
4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.

Дополнительная литература

1. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
2. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>
Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.
3. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 157с.
4. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342

- с.
5. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. – 302
 6. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Практическое занятие 9. Реклама и СО в сфере науки, образования и культуры

Цель занятия: рассмотреть специфические черты рекламы в научно-образовательной и культурной сферах.

Вопросы для обсуждения:

1. Проблемы рекламирования научно-технических достижений.
2. Рекламный рынок образовательных услуг. Средства рекламы в сфере образования.
3. Реклама культурно-духовного достояния общества. Реклама театров, музеев, кино, выставок произведений культуры и искусства, новинок литературы.

Литература:

Основная

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.
4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.

Дополнительная литература

1. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
2. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>
Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.
3. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 157с.
4. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342 с.
5. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в

- реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. – 302
6. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Практическое занятие 10. Реклама и СО в сфере экологии, медицины и здравоохранения

Цель занятия: выявить особенности рекламной деятельности в сфере экологии, медицины и здравоохранения.

Вопросы для обсуждения:

1. Реклама как инструмент формирования экологического воспитания.
2. Реклама медицинских услуг, оборудования и препаратов.
3. Реклама как средство пропаганды здорового образа жизни.

Литература:

Основная

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.
4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.

Дополнительная литература

1. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
2. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>
Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.
3. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 157с.
4. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342 с.
5. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в

- реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. – 302
6. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Практическое занятие 11. Реклама и СО в сфере туризма

Цель занятия: рассмотреть специфические особенности рекламной деятельности в одной из самых динамично развивающихся сфер деятельности – туризме.

Вопросы для обсуждения:

1. Цели и задачи рекламы в туристическом бизнесе.
2. Анализ рекламно-туристического рынка. Реклама туроператоров и туристических агентств.
3. Реклама гостиничных услуг и транспортных услуг и сервиса.

Литература:

Основная

1. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540с.
2. Мазилкина Елена Ивановна. Основы рекламы / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
3. Кузнецов Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков, 2012. - 295 с.
4. Огилви Дэвид. Огилви о рекламе / [пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой]. - М. : ЭКСМО, 2010. - 229 с.
5. Аренс Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. В. Кузина]. - М. : ЭКСМО, 2011. - 875 с.

Дополнительная литература

1. Бартеншоу Кен. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Кен Бартеншоу, Ник Махон и Кэролайн Барфут ; [пер. с англ. А. Румянцевой]. - М. : Тридэ Кукинг, 2008. - 183 с.
2. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0 <http://znanium.com/go.php?id=371726>
Блюм Марина Анатольевна. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для магистрантов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : Форум, 2011. - 142 с.
3. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для магистрантов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 157с.
4. Головлева Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Акад. проект, 2009. - 342 с.
5. Кошелев Антон Николаевич. PR-проектирование : от идеи до воплощения в

- реальность / А. Н. Кошелев. - 2-е изд.. - М. : Дашков, 2012. – 302
6. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 207 с.. - ISBN 978-5-16-003443-0<http://znanium.com/go.php?id=371726>

5. Материалы по оценке и контролю знаний

Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов

1. Социальные функции рекламы в обществе.
2. Реклама как органичный компонент массовой культуры.
3. Роль рекламы в создании стереотипных образов и моделей поведения.
4. Проблема манипулирования потребителем в рекламном бизнесе.
5. Реклама и ценностные ориентации в обществе.
6. Место и роль рекламы в духовной жизни общества.
7. Социальные аспекты рекламного бизнеса.
8. Экономические функции рекламы.
9. Роль рекламы и СО в формировании имиджа предпринимательства.
10. Роль рекламы и СО в формировании имиджа и корпоративной культуры организации.
11. Реклама и СО как инструмент формирования культуры бизнеса.
12. Рекламное обеспечение подбора кадров.
13. Место рекламы в расширении клиентской базы и удержания потребителей.
14. Реклама и СО как средство продвижения товаров и услуг, повышения потребительского спроса.
15. Реклама и СО как инструмент повышения рентабельности предприятия (компании, фирмы).
16. Место и роль рекламы в деятельности политических партий и общественных организаций.
17. Рекламные средства предвыборной агитации.
18. Законодательство РФ о порядке и правилах ведения предвыборной агитации.
19. Скрытая политическая реклама.
20. Реклама как инструмент политического лоббирования.
21. Рекламные средства формирования имиджа политического лидера.
22. Цели, задачи и функции социальной рекламы.
23. Виды социальной рекламы.
24. Отличительные черты социальной рекламы.
25. Реклама как инструмент профилактики негативных явлений и социальных пороков в обществе.
26. Реклама как средство противодействия антиобщественным действиям.
27. Реклама социальных ценностей общества.
28. Особенности рекламирования финансово-экономической деятельности организаций.
29. Место и роль рекламы и СО в экономической сфере общества.
30. Реклама финансовых услуг населению.
31. Специфика и стратегия банковской рекламы.
32. Основные направления рекламы услуг в сфере страхования.
33. Цели, задачи и функции службы рекламы и СО на предприятии.
34. Взаимосвязь маркетинга и рекламы на промышленном рынке.
35. Реклама различных сегментов рынка промышленных товаров.

36. Реклама и СО как средство отстройки от конкурентов на рынке.
37. Реклама и СО как инструмент продвижения и расширения рынка сбыта товаров.
38. Реклама агропромышленного бизнеса.
39. Специфика рекламы и СО в сфере услуг.
40. Реклама бытовых услуг.
41. Реклама в сфере досуга и отдыха.
42. Реклама в сфере физической культуры и спорта.
43. Реклама гостиничных услуг и сервиса.
44. Реклама транспортных услуг и сервиса.
45. Реклама информационно-справочных услуг.
46. Реклама предприятий быстрого питания.
47. Реклама сервисного обслуживания бытовой и иных видов техники.
48. Реклама и СО в сфере торговли.
49. Взаимосвязь мерчандайзинга и рекламы.
50. Реклама и СО как инструмент привлечения и удержания потребителей.
51. Рекламные средства аргументации и представления товара.
52. Рекламно-информационное оформление и дизайн торгового зала.
53. Место и роль витринной рекламы в сфере торговли.
54. Упаковочная реклама как элемент культуры торговли и привлечения внимания потребителей.
55. Печатные, аудио- и визуальные рекламные средства торговли.
56. Новые рекламные и PR технологии в сфере бизнеса.
57. Отличие рекламных технологий ATL-акций и VTL-акций.
58. Рекламное сопровождение форм и мероприятий VTL-акций.
59. Основные составляющие VTL-рекламы.
60. Рекламные POS-материалы (point-of-sale).
61. Рекламные средства «product placement».
62. Реклама достижений науки и техники в СМК.
63. Анализ рекламного рынка образовательных услуг.
64. Реклама и рынок труда.
65. Реклама как инструмент формирования экологического воспитания.
66. Реклама и СО в учреждениях культуры.
67. Реклама медицинских услуг, оборудования и препаратов.
68. Реклама как средство пропаганды здорового образа жизни.
69. Реклама и СО в сфере в туризме.
70. Средства распространения рекламы

6. Методический блок

Методические рекомендации для студентов

Особое внимание следует уделить анализу текстов рекламы и PR отдельных сфер деятельности и отраслей.

При подготовке к занятиям следует учесть, что рекламная и PR деятельность в отдельных сферах и отраслях регламентируется законом о рекламе и другими нормативными актами.