

РЕКЛАМА В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ИЗДАНИЯХ

К специализированным печатным изданиям относятся отраслевые и узкотематические издания. Цель данной дисциплины – познакомить магистрантов со спецификой рекламной деятельности в сфере досуга и рекламного продукта в средствах массовой информации, тематически ориентированных на досуговую сферу. В центре внимания будут также технологические основы разработки рекламного продукта; критерии эффективности и методики анализа рекламного воздействия; комплексный поуровневый структурно-семантический анализ рекламного текста вербально-визуального, визуально-вербального и вербального типа. Содержание курса предполагает знакомство с основными рекламоведческими теориями с учетом специфики печатных средств массовой информации; развитие умений и навыков самостоятельного решения практических задач по разработке рекламного продукта для отраслевых и узкотематических печатных СМИ. Поставленная цель достигается путём решения следующих задач курса: изучение основных рекламоведческих теорий применительно к определенному тематическому сегменту рынка СМИ; развитие умений и навыков самостоятельного решения практических задач взаимодействия теории рекламы и журналистики; понимание природы маркетинговой информации в сфере досуга.

В результате обучения обучающийся должен:

- приобрести профессиональные знания в области рекламоведения (текстологический аспект);
- знать законы разработки рекламного продукта для тематически ориентированных СМИ;
- приобрести профессиональные навыки тестирования и экспертизы рекламного продукта, а также его презентации.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.