

Тевлюкова О. Ю., Ровбель С. В.

Реклама в коммуникационном процессе: Учебно-методический комплекс. - Новосибирск: НГУЭУ, 2008. - 120 с.

*В данном учебно-методическом комплексе в доступной форме изложены теоретические и методические основы дисциплины. Реклама в учебном курсе рассматривается как феномен массовой коммуникации. В соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по специальности 030602 «Связи с общественностью» в УМК подробно представлены процесс рекламной коммуникации и основные субъекты рекламной деятельности, виды рекламы, средства ее распространения и методы изучения.*

*Комплекс содержит рабочую программу учебной дисциплины, методические рекомендации по написанию курсовой работы, тексты лекций с контрольными вопросами и списком учебной литературы, практикум по решению задач (практических ситуаций) по темам лекций, словарь терминов и тестовые материалы.*

## Содержание

Методические рекомендации по изучению дисциплины

Рабочая программа

### Тексты лекций

Тема 1. Реклама и общество

Тема 2. История развития рекламы в России и за рубежом

Тема 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Рекламная деятельность

Тема 4. Основы медиапланирования

Тема 5. Рекламная кампания. Современные рекламные стратегии

Тема 6. Исследования в рекламе

Тема 7. Понятия эффекта и эффективности рекламы

Тема 8. Мировой рынок рекламы

Практикум по решению задач (практических ситуаций)

Словарь терминов

Материалы тестовой системы

Методические рекомендации по выполнению курсовой работы