


**Негосударственное аккредитованное некоммерческое
частное образовательное учреждение высшего образования
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

Рассмотрено и одобрено на заседании
кафедры Технологий сервиса и деловых
коммуникаций Академии ИМСИТ,
протокол №8 от 19 марта 2018 года,
зав. кафедрой, доцент



Н.И. Севрюгина

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
ДЛЯ
ДОКУМЕНТОВ
Председатель НМС,
проректор по учебной работе,
профессор



Н.Н. Павелко

Б1.Б.24 «РАБОТА С МЕДИАТЕКСТАМИ»

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»
Квалификация
Бакалавр

Краснодар
2018

<p>Цель и задачи изучения дисциплины:</p>	<p>Целями и задачами дисциплины являются: дополнить теоретические и прикладные знания учащихся новыми рекомендациями по текстовой деятельности в сфере рекламы, а также обучить их дополнительным практическим навыкам речевого общения в рекламной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины «Работа с медиатекстами» - текстов, расширить представление о рекламных жанрах на базе свободного владения нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации; выработать умение создавать эффективные по своему воздействию рекламные тексты в зависимости от рекламного носителя или СМИ; повысить уровень общефилологической и профессиональной подготовки учащихся, способствуя углубленному пониманию речевых процессов и механизмов их реализации в различных сферах речевой деятельности, тем самым дать понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности в сфере рекламы; обучить методологии и практике экспертирования продуктивных рекламных текстов, базирующееся на развитии их способностей к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности, умении провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование, проанализировать его результаты, сделать значимые выводы теоретического и профессионально-практического характера.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегии и тактики разработки рекламного продукта 2. Бриф в рекламе 3. Типовая структура брифа. 4. Манипулятивные приемы рекламного текста 5. НЛП как средство вовлечения потребителя в рекламу 6. Оригинальные психологические теории рекламы 7. Национально-культурная специфика восприятия рекламного текста 8. Психологическая экспертиза рекламы. 9. Типичные ошибки рекламистов
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</p>	<p>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)</p> <p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)</p> <p>владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2)</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками</p>

	<p>литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3) способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)</p> <p>способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16)</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Знать - основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного редактирования, копирайтинга; - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах. - специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их – планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; - осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью; - принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного редактирования, копирайтинга.
<p>Формы проведения занятий, образовательные технологии:</p>	<p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция - анализ ситуаций.</p> <p>Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, логико- методологическое проектирование, решение задач.</p>
<p>Используемые инструментальные и программные средства:</p>	<p>Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)</p>
<p>Формы промежуточного контроля:</p>	<p>Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы</p>
<p>Общая трудоемкость изучения дисциплины:</p>	<p>108ч./3 з.е.</p>

Форма итогового контроля знаний:	Зачет
---	-------