

**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.В.ДВ.03.02 «ТЕКСТ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

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>Цели дисциплины: научить студентов не только анализировать уже созданные рекламные тексты, но и изучить систему разработки рекламных фраз; подготовить студентов к рекламному творчеству и, в конечном результате, к успешной профессиональной деятельности рекламиста</p> <p>Задачи дисциплины: изучение методов, приемов, особенностей составления рекламного текста, знакомство со стратегией и приемами его создания, а также развитие творческих способностей студентов, воспитание у них творческого отношения к работе.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<p>Тема 1. Введение. Понятие рекламного текста. Тема 2. Реклама и риторика. Тема 3. Реклама как дискурс Тема 4. Мифотехнологии в рекламе. Тема 5. Различные типы рекламы. Тема 6. Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста Тема 7. Основные принципы составления рекламных текстов. Тема 8. Основные приемы создания рекламного текста</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</p>	<p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)</p> <p>способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)</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"> - специфику профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;; - специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности. - 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

	<ul style="list-style-type: none"> – 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; - знаниями и навыками планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий
Формы проведения занятий, образовательные технологии:	<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>
Используемые инструментальные и программные средства:	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)
Формы промежуточного контроля:	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
Общая трудоемкость изучения дисциплины:	144 ч./4 з.е.
Форма итогового контроля знаний:	экзамен