

Документ подписан простой электронной подписью
Информационно-образовательное государственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего
ФИО: Агабекян Раиса Левоновна образования
Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
Дата подписания: 28.09.2023 12:41:06 (г. Краснодар)
Уникальный программный ключ: (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
доцент Севрюгина Н.И.
17 апреля 2023

Б1.О.05.09
МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ПОДГОТОВКИ
Речевая коммуникация в связях с общественностью
и рекламы

Анотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**
Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация **бакалавр**
Форма обучения **очная**
Программу составил(и): к.ф.н, доцент **Немец Г.Н.**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	16 1/6			
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа на аттестации	0,2	0,2	0,2	0,2
В том числе в форме практ.подготовки	8	8	8	8
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,2	48,2	48,2	48,2
Сам. работа	23,8	59,8	23,8	59,8
Итого	72	108	72	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	- формирование компетенций у обучающихся в области эффективного речевого общения, необходимых в профессиональной деятельности для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия,
1.2	- выработка теоретических знаний об основных понятиях языка и речевой деятельности, а также об основных типах и видах речевой коммуникации;
1.3	- формирование представлений у студентов о принципах устройства языка, функциях языковой системы; о соотношении понятий «язык», «речевая деятельность», «стиль», «речевая коммуникация»;
1.4	- изучение теоретических основ дисциплины, освоение категориального аппарата, общих закономерностей, сходств и различий видов, уровней, форм речевой коммуникации, являющейся необходимым условием успешной деятельности современного специалиста.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.05
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Русский язык и культура речи
2.1.2	
2.1.3	Теория и практика медиакоммуникаций
2.1.4	Теория и практика рекламы
2.1.5	Теория и практика связей с общественностью
2.1.6	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.1.7	Иностранный язык
2.1.8	Политология
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Производственная практика: профессионально-творческая практика
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.3	Производственная практика: преддипломная практика
2.2.4	Иностранный язык
2.2.5	Политология
2.2.6	Теория и практика медиакоммуникаций
2.2.7	Теория и практика рекламы
2.2.8	Теория и практика связей с общественностью
2.2.9	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.2.10	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ПК-2: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)	
ПК-2.1: Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Знать:	
особенности текстов рекламы и связей с общественностью	
особенности каналов коммуникации	
особенности текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Уметь:	
применять в профессиональной деятельности особенности текстов рекламы и связей с общественностью	
определять особенности каналов коммуникации	
применять особенности текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Владеть:	

навыками применения в профессиональной деятельности особенностей текстов рекламы и связей с общественностью
навыками определения особенностей каналов коммуникации
навыками применения в профессиональной деятельности особенностей текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-2.2: Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
Знать:
понятие информационных поводов
специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, специфику применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта
Уметь:
применять понятие информационных поводов
применять специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
учитывать в профессиональной деятельности специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, специфику применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта
Владеть:
навыками разработки информационных поводов
навыками применения специфики информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
навыками разработки информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта
ПК-2.3: Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
Знать:
основы сценариев специальных событий
основы сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
Уметь:
применять в профессиональной деятельности основы сценариев специальных событий
применять в профессиональной деятельности основы сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
применять в профессиональной деятельности основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
Владеть:
навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев специальных событий
навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
ОПК-1.1: Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Знать:
отличительные особенности медиатекстов,
отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов
отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Уметь:
выявлять отличительные особенности медиатекстов,
выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов
выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Владеть:
навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов,
навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов
навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

ОПК-1.2: Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
Знать:	
специфику текстов рекламы и связей с общественностью	
нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем	
специфику текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
Уметь:	
выявлять специфику текстов рекламы и связей с общественностью	
применять в профессиональной деятельности нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем	
применять специфику текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
Владеть:	
навыками выявления специфики текстов рекламы и связей с общественностью	
навыками применения в профессиональной деятельности норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	
навыками применения в профессиональной деятельности специфики текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ПК-2.4: Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Знать:	
понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности	
инструменты взаимодействия с целевыми группами общественности	
инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Уметь:	
применять понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности	
применять инструменты взаимодействия с целевыми группами общественности	
применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Владеть:	
навыками применения понятия миссии и философии организации, понятия целевых групп общественности	
навыками применения инструментов взаимодействия с целевыми группами общественности	
навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
особенности текстов рекламы и связей с общественностью	
понятие информационных поводов	
основы сценариев специальных событий	
отличительные особенности медиатекстов,	
специфику текстов рекламы и связей с общественностью	
понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности	
3.2	Уметь:
применять в профессиональной деятельности особенности текстов рекламы и связей с общественностью	
применять понятие информационных поводов	
применять в профессиональной деятельности основы сценариев специальных событий	
выявлять отличительные особенности медиатекстов,	
выявлять специфику текстов рекламы и связей с общественностью	
применять понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности	
3.3	Владеть:
навыками применения в профессиональной деятельности особенностей текстов рекламы и связей с общественностью	
навыками разработки информационных поводов	

навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев специальных событий
навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов,
навыками выявления специфики текстов рекламы и связей с общественностью
навыками применения понятия миссии и философии организации, понятия целевых групп общественности