

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о государственном аккредитованном некоммерческом частном образовательном учреждении высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

образования

Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

Дата подписания: 28.09.2023 12:53:26

(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	<b>Кафедра рекламы и дизайна</b>
Учебный план	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация	<b>бакалавр</b>
Форма обучения	<b>очная</b>
Программу составил(и):	кфн, доцент Немец Г.Н.

#### **Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя		16 1/6	
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	59,8	59,8	59,8	59,8
Итого	108	108	108	108

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
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.

<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП</b>	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.05
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
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
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
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
<b>3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
<b>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</b>	
<b>ПК-2: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</b>	
<b>Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)</b>	
<b>ПК-2.1: Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</b>	
<b>Знать:</b>	
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	
<b>Уметь:</b>	
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	
<b>Владеть:</b>	

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
<b>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</b>
<b>Знать:</b>
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
<b>Уметь:</b>
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
<b>Владеть:</b>
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
<b>ПК-2.3: Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании</b>
<b>Знать:</b>
основы сценариев специальных событий
основы сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
<b>Уметь:</b>
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
<b>Владеть:</b>
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
<b>ОПК-1.1: Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</b>
<b>Знать:</b>
отличительные особенности медиатекстов,
отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов
отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
<b>Уметь:</b>
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
<b>Владеть:</b>
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

<b>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</b>	
<b>Знать:</b>	
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	
<b>Уметь:</b>	
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	
<b>Владеть:</b>	
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	
<b>ПК-2.4: Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</b>	
<b>Знать:</b>	
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	
<b>Уметь:</b>	
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	
<b>Владеть:</b>	
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**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
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	
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
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	
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
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