

Документ подписан простой электронной подписью

Информационно-образовательное государственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

образования

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

Дата подписания: 28.09.2023 12:55:24

(г. Краснодар)

Уникальный программный ключ:

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,

доцент Севрюгина Н.И.

17 апреля 2023

Б1.В.09

Стилистика и литературное редактирование

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	заочная
Программу составил(и):	кфн, доцент, Немец Г.Н.

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс Вид занятий	3		4		Итого	
	уп	рп	уп	рп		
Лекции	6	6	4	4	10	10
Практические	4	4	8	8	12	12
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,2	0,2	0,3	0,3	0,5	0,5
Итого ауд.	10	10	12	12	22	22
Контактная работа	10,2	10,2	12,3	12,3	22,5	22,5
Сам. работа	94	94	87	87	181	181
Часы на контроль	3,8	3,8	8,7	8,7	12,5	12,5
Итого	108	108	108	108	216	216

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью курса «Стилистика и литературное редактирование» является повышение уровня владения устной и письменной речью, ознакомление студентов с общетеоретическими вопросами стилистики и литературного редактирования, ориентированных на рекламные и PR-тексты, выработка практических навыков работы с текстами разных функциональных стилей, функционально-смысловых типов речи, формирование коммуникативной компетенции студентов и содействие повышению речевой культуры.
1.2	Объектом изучения данной дисциплины является употребление языка и рекламный текст; предметом - стилистические возможности единиц разных языковых уровней в области рекламы и связей с общественностью; рекламный и PR-текст как объект стилистики; литературное редактирование; его цели и задачи; основные языковые и стилистические проблемы текстов, функционирующих в сфере рекламы и связей с общественностью; функциональные стили современного русского литературного языка в рекламных и PR-текстах; жанрово-стилистические разновидности рекламных и PR-текстов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Слоган и текст в рекламе
2.1.2	Работа с медиатекстами
2.1.3	Основы журналистики
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Создание рекламы с использованием компьютерных технологий
2.2.2	Интертекст и библиографическая культура
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4: Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-6: Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)

ПК-6.1: Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

Знать:

в общем виде знать специфику редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

хорошо знать специфику редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

отлично знать специфику редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

Уметь:

в общем виде уметь редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

хорошо уметь редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

отлично уметь редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

Владеть:

в общем виде владеть навыками редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

хорошо владеть навыками редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

отлично владеть навыками редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

ПК-6.2: Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

Знать:

в общем виде знать специфику соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

группами
Уметь:
в общем виде уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
хорошо уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
отлично уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Владеть:
в общем виде навыками применения основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
хорошо навыками применения основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
отлично навыками применения основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Знать:
в общем виде знать специфику формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
хорошо знать специфику формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
отлично знать специфику формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Уметь:
в общем виде уметь формировать корпоративную культуру организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
хорошо уметь формировать корпоративную культуру организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
отлично уметь формировать корпоративную культуру организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Владеть:
в общем виде навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
хорошо навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
отлично навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Знать:
в общем виде знать специфику использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
хорошо знать специфику использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
отлично знать специфику использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Уметь:
в общем виде использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
хорошо использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
отлично использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Владеть:
в общем виде владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

хорошо владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

отлично владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
в общем виде знать специфику редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	
в общем виде знать специфику соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	
в общем виде специфику реализации технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
в общем виде специфику основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью	
в общем виде специфику основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	
в общем виде знать специфику формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
в общем виде знать специфику использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
3.2	Уметь:
в общем виде уметь редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	
в общем виде уметь реализовывать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	
в общем виде уметь реализовывать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
в общем виде создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью с использованием технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
в общем виде уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	
в общем виде уметь формировать корпоративную культуру организации организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
в общем виде использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
3.3	Владеть:
в общем виде владеть навыками редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	
в общем виде навыками реализации соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	
в общем виде владеть навыками реализации коммуникационного продукта с использованием технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
в общем виде владеть навыками реализации основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью	
в общем виде навыками применения основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	
в общем виде навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
в общем виде владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	