

Документ подписан простой электронной подписью

Информационно-образовательное учреждение высшего образования  
Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

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

Дата подписания: 13.12.2023 14:15:23

(г. Краснодар)

Уникальный программный ключ:

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,

доцент Севрюгина Н.И.

20 ноября 2023

**Б1.В.09**

## **Стилистика и литературное редактирование**

### **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<br>(<Курс>.<Семестр на курсе>)                 | 4 (2.2) |      | 5 (3.1) |      | Итого |      |
|--|---------|------|---------|------|-------|------|
|  | уп      | рп   | уп      | рп   | уп    | рп   |
| Неделя   | 16 1/6  |      | 16 5/6  |      |       |      |
| Вид занятий  | уп      | рп   | уп      | рп   | уп    | рп   |
| Лекции   | 16      | 16   | 16      | 16   | 32    | 32   |
| Практические   | 16      | 16   | 32      | 32   | 48    | 48   |
| Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий) |         |      | 0,3     | 0,3  | 0,3   | 0,3  |
| Контактная работа на аттестации                        | 0,2     | 0,2  |         |      | 0,2   | 0,2  |
| Консультации перед экзаменом                           |         |      | 1       | 1    | 1     | 1    |
| Итого ауд.   | 32      | 32   | 48      | 48   | 80    | 80   |
| Контактная работа                                      | 32,2    | 32,2 | 49,3    | 49,3 | 81,5  | 81,5 |
| Сам. работа  | 39,8    | 39,8 | 60      | 60   | 99,8  | 99,8 |
| Часы на контроль                                       |         |      | 34,7    | 34,7 | 34,7  | 34,7 |
| Итого  | 72      | 72   | 144     | 144  | 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   |
| <b>2.1</b>         | <b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>   |
| 2.1.1              | Слоган и текст в рекламе   |
| 2.1.2              | Работа с медиатекстами   |
| 2.1.3              | Основы журналистики  |
| <b>2.2</b>         | <b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b> |
| 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





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**

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