

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о государственном аккредитованном некоммерческом частном образовательном учреждении высшего  
ФИО: Агабекян Раиса Левоновна образования  
Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»  
Дата подписания: 28.09.2023 12:52:39 (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.ДЭ.03.01 Слоган и текст в рекламе

### 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): кфн, доцент Немец Г.Н.

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	16 5/6			
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,3	0,3	0,3	0,3
Консультации перед экзаменом	1	1	1	1
В том числе в форме практ.подготовки	8	8	8	8
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	65,3	65,3	65,3	65,3
Сам. работа	44	44	44	44
Часы на контроль	34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	144	144	144	144

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	научить обучающихся не только анализировать уже созданные рекламные тексты, но и изучить систему разработки рекламных фраз; подготовить обучающихся к рекламному творчеству и, в конечном результате, к успешной профессиональной деятельности рекламиста.
-----	--

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДЭ.03
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Основы журналистики
2.1.2	Работа с медиатекстами
2.1.3	Техника и технология рекламной фотографии
2.1.4	Стилистика и литературное редактирование
2.1.5	Техника и технология рекламного видео
2.1.6	Брендинг в имиджевой политике организации
2.1.7	Теория и практика связей с общественностью
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Брендинг в имиджевой политике организации
2.2.2	Стилистика и литературное редактирование
2.2.3	Техника и технология рекламного видео
2.2.4	Техника и технология рекламной фотографии
2.2.5	Медиаанализ и медиапланирование
2.2.6	Создание рекламы с использованием компьютерных технологий
2.2.7	Интернет-технологии в связях с общественностью
2.2.8	Интертекст и библиографическая культура
2.2.9	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:**

технологии редактирования текстов рекламы и связей с общественностью

языковые нормы, стандарты, форматы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта

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

**Уметь:**

использовать технологии редактирования текстов рекламы и связей с общественностью

использовать языковые нормы, стандарты, форматы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта

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

**Владеть:**

навыками использования технологий редактирования текстов рекламы и связей с общественностью

навыками использования языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований каналов трансляции коммуникационного продукта

навыками использования технологий 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**

<b>Знать:</b>
понятие и содержание медиаконцепции
основы технологии контроля
основы технологии контроля коммуникационного продукта на предмет соответствия его медиаконцепции канала
<b>Уметь:</b>
применять в профессиональной деятельности понятие медиаконцепции
применять в профессиональной деятельности технологии контроля
применять основы технологии контроля коммуникационного продукта на предмет соответствия его медиаконцепции канала
<b>Владеть:</b>
навыками применения в профессиональной деятельности понятия медиаконцепции
навыками применения в профессиональной деятельности технологий контроля
навыками применения в профессиональной деятельности технологий контроля коммуникационного продукта на предмет соответствия его медиаконцепции канала
<b>ПК-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде</b>
<b>Знать:</b>
технологии медиарилейшнз
технологии медиарилейшнз и медиапланирования
технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
<b>Уметь:</b>
применять технологии медиарилейшнз,
применять технологии медиарилейшнз и медиапланирования,
применять технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
<b>Владеть:</b>
навыками применения технологий медиарилейшнз,
навыками применения технологий медиарилейшнз и медиапланирования,
навыками применения технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
<b>ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде</b>
<b>Знать:</b>
специфику текстов рекламы и (или) связей с общественностью,
основные технологии копирайтинга
особенности технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде применительно к подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью,
<b>Уметь:</b>
создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью,
использовать технологии копирайтинга,
применять особенности технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде применительно к подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью,
<b>Владеть:</b>
навыками подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью,
навыками использования технологий копирайтинга,
навыками использования технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью,
<b>ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</b>
<b>Знать:</b>
особенности работы с различными целевыми группами,
основные технологии организации специальных мероприятий
основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
<b>Уметь:</b>
работать с различными целевыми группами,
применять основные технологии организации специальных мероприятий,
применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

<b>Владеть:</b>
навыками работы с различными целевыми группами,
навыками применения основных технологий организации специальных мероприятий,
навыками применения основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами,
<b>ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</b>
<b>Знать:</b>
основные инструменты внутренних коммуникаций
основы формирования корпоративной культуры организации
основы формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
<b>Уметь:</b>
использовать основные инструменты внутренних коммуникаций,
формировать корпоративную культуру организации,
использовать основные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации,
<b>Владеть:</b>
навыками использования основных инструментов внутренних коммуникаций,
навыками формирования корпоративной культуры организации,
навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций,
<b>ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</b>
<b>Знать:</b>
современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
особенности подготовки и реализации коммуникационного продукта,
современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций и особенности подготовки и реализации коммуникационного продукта,
<b>Уметь:</b>
использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
использовать в профессиональной деятельности знания по подготовке и реализации коммуникационного продукта,
использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки и реализации коммуникационного продукта,
<b>Владеть:</b>
навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций
навыками использования в профессиональной деятельности знаний по подготовке и реализации коммуникационного продукта,
навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки и реализации коммуникационного продукта,

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
	технологии редактирования текстов рекламы и связей с общественностью
	понятие и содержание медиаконцепции
	технологии медиарилейшнз
	специфику текстов рекламы и (или) связей с общественностью,
	особенности работы с различными целевыми группами,
	основные инструменты внутренних коммуникаций
	современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
	использовать технологии редактирования текстов рекламы и связей с общественностью
	применять в профессиональной деятельности понятие медиаконцепции
	применять технологии медиарилейшнз,
	создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью,
	работать с различными целевыми группами,
	использовать основные инструменты внутренних коммуникаций,
	использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций

<b>3.3 Владеть:</b>
навыками использования технологий редактирования текстов рекламы и связей с общественностью
навыками применения в профессиональной деятельности понятия медиаконцепции
навыками применения технологий медиарилейшнз,
навыками подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью,
навыками работы с различными целевыми группами,
навыками использования основных инструментов внутренних коммуникаций,
навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций