

Документ подписан простой электронной подписью  
 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 12:55:36 (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.03.02

### Текст в связях с общественностью

#### 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 , Чумичева Нелли Викторовна

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	3		Итого	
	УП	РП		
Вид занятий				
Лекции	8	8	8	8
Практические	10	10	10	10
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе в форме практ.подготовки	4	4	4	4
Итого ауд.	18	18	18	18
Контактная работа	18,3	18,3	18,3	18,3
Сам. работа	117	117	117	117
Часы на контроль	8,7	8,7	8,7	8,7
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