

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
Информация о владельце: Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
ФИО: Агабекян Раиса Левониковна (г. Краснодар)
Должность: ректор (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
Дата подписания: 01.04.2024 08:04:07
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
доцент Севрюгина Н.И.
25.12.2023

Б1.В.ДЭ.03.01

Текст в связях с общественностью

Аннотация 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 кафедры рекламы и дизайна, Петракова Анна Сергеевна

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
	УП	РП		
Вид занятий				
Лекции	8	8	8	8
Практические	8	10	8	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.	16	18	16	18
Контактная работа	16,3	18,3	16,3	18,3
Сам. работа	119	117	119	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
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
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
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
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)	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.2	Уметь:
3.3	Владеть: