

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 08:16:18
 Уникальный программный ключ:
 4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

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

Б1.В.ДЭ.03.02

Слоган и текст в рекламе

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 **очная**
 Программу составил(и): кфн, доцент кафедры рекламы и дизайна, Петракова Анна Сергеевна

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 5 (3.1) | | Итого | |
|--|---------|------|-------|------|
| | 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 |
|--------------------|------------|

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)

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

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

| |
|---|
| Владеть: |
| 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, |
| ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций |
| Знать: |
| основные инструменты внутренних коммуникаций |
| основы формирования корпоративной культуры организации |
| основы формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций |
| Уметь: |
| использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, |
| формировать корпоративную культуру организации, |
| использовать основные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации, |
| Владеть: |
| навыками использования основных инструментов внутренних коммуникаций, |
| навыками формирования корпоративной культуры организации, |
| 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: |
| 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, |
| Уметь: |
| 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, |
| Владеть: |
| 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

| |
|---|
| 3.1 Знать: |
| 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 |
| 3.2 Уметь: |
| 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 |

| |
|--|
| 3.3 Владеть: |
| 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 |