Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Агабекян Раиса Левоновна
Должность: ректор
Дата подписания: 01.04.2024 08:04:06
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcda9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
(г. Краснодар)
(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

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

Б1.В.10

Работа с медиатекстами

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	**Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций**
Учебный план	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация	**бакалавр**
Форма обучения	**заочная**
Программу составил(и):	кфн, доцент, Немец Г.Н.

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	**4**		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,2	0,2	0,2	0,2
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12,2	12,2	12,2	12,2
Сам. работа	92	92	92	92
Часы на контроль	3,8	3,8	3,8	3,8
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Цель дисциплины дополнить теоретические и прикладные знания учащихся новыми рекомендациями по текстовой деятельности в сфере рекламы, а также обучить их дополнительным практическим навыкам речевого общения в рекламной деятельности

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	
2.1.2	
2.1.3	
2.1.4	Стилистика и литературное редактирование
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	Теория и практика рекламы
2.2.3	Теория и практика связей с общественностью
2.2.4	Брендинг в имиджевой политике организации
2.2.5	Слоган и текст в рекламе
2.2.6	Техника и технология рекламного видео
2.2.7	Техника и технология рекламной фотографии
2.2.8	Интернет-технологии в связях с общественностью
2.2.9	Создание рекламы с использованием компьютерных технологий
2.2.10	Интертекст и библиографичекая культура

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-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Знать:
При реализации коммуникационного продукта общем виде использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
При реализации коммуникационного продукта хорошо использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
При реализации коммуникационного продукта отлично использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Уметь:
в общем виде использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
хорошо использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
отлично использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Владеть:
в общем виде владеть навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
хорошо владеть навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
отлично владеть навыками использования 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:
при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью в общем виде знает технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью хорошо знает технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде

при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью отлично знает технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
Уметь:
при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью в общем виде умеет использовать технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью хорошо умеет использовать технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью отлично умеет использовать технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
Владеть:
при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью в общем виде владеет навыками использования технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде
при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью хорошо владеет навыками использования технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде
при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью отлично владеет навыками использования технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде
ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Знать:
в общем виде знает основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
хорошо знает основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
отлично знает основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Уметь:
в общем виде умеет использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
хорошо умеет использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
отлично умеет использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Владеть:
в общем виде владеет навыками использования основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
хорошо владеет навыками использования основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
отлично владеет навыками использования 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:
общем виде знает основы корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
хорошо знает корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
отлично знает корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Уметь:
в общем виде формировать основы корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
хорошо формировать основы корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
отлично формировать основы корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Владеть:
в общем виде владеть навыками формирования основ корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
хорошо владеть навыками формирования основ корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
отлично владеть навыками формирования основ 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:
в общем виде знает современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
хорошо знает современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
отлично знает современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Уметь:
в общем виде использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
хорошо использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
отлично использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Владеть:
владеет общем виде навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
владеет хорошо навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
владеет отлично навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
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 знает специфику редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта
хорошо знает знает специфику редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта
отлично знает 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 редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта
хорошо редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта
отлично 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 знает специфику соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
хорошо знает специфику соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
отлично знает специфику соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
Уметь:
в общем виде умеет контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
хорошо умеет контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
отлично умеет контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

Владеть:
в общем виде владеет навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
хорошо владеет навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
отлично владеет навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	**Знать:**
При реализации коммуникационного продукта общем виде использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью в общем виде знает технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	
в общем виде знает основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	
общем виде знает основы корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
в общем виде знает современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
в общем виде знает специфику редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	
в общем виде знает специфику соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	
3.2	**Уметь:**
в общем виде использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью в общем виде умеет использовать технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	
в общем виде умеет использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	
в общем виде формировать основы корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
в общем виде использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
в общем виде редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	
в общем виде умеет контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	
3.3	**Владеть:**
в общем виде владеть навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью в общем виде владеет навыками использования технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде	
в общем виде владеет навыками использования основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	
в общем виде владеть навыками формирования основ корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
владеет общем виде навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
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 владеет навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	