

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
Информация о владельце: (г. Краснодар)
ФИО: Агабекян Раиса Левониковна «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
Должность: ректор (г. Краснодар)
Дата подписания: 01.04.2024 08:04:06 (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

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

Б1.В.09

Стилистика и литературное редактирование

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, Немец Г.Н.

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс Вид занятий	3		4		Итого	
	уп	рп	уп	рп		
Лекции	6	6	4	4	10	10
Практические	4	4	8	8	12	12
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,2	0,2	0,3	0,3	0,5	0,5
Итого ауд.	10	10	12	12	22	22
Контактная работа	10,2	10,2	12,3	12,3	22,5	22,5
Сам. работа	94	94	87	87	181	181
Часы на контроль	3,8	3,8	8,7	8,7	12,5	12,5
Итого	108	108	108	108	216	216

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целью курса «Стилистика и литературное редактирование» является повышение уровня владения устной и письменной речью, ознакомление студентов с общетеоретическими вопросами стилистики и литературного редактирования, ориентированных на рекламные и PR-тексты, выработка практических навыков работы с текстами разных функциональных стилей, функционально-смысловых типов речи, формирование коммуникативной компетенции студентов и содействие повышению речевой культуры.
1.2	Объектом изучения данной дисциплины является употребление языка и рекламный текст; предметом - стилистические возможности единиц разных языковых уровней в области рекламы и связей с общественностью; рекламный и PR-текст как объект стилистики; литературное редактирование; его цели и задачи; основные языковые и стилистические проблемы текстов, функционирующих в сфере рекламы и связей с общественностью; функциональные стили современного русского литературного языка в рекламных и PR-текстах; жанрово-стилистические разновидности рекламных и PR-текстов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Слоган и текст в рекламе
2.1.2	Работа с медиатекстами
2.1.3	Основы журналистики
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Создание рекламы с использованием компьютерных технологий
2.2.2	Интертекст и библиографическая культура
2.2.3	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-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
Знать:	
в общем виде специфику реализации технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
хорошо специфику реализации технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
отлично специфику реализации технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
Уметь:	
в общем виде уметь реализовывать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
хорошо уметь реализовывать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
отлично уметь реализовывать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
Владеть:	
в общем виде владеть навыками реализации коммуникационного продукта с использованием технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
хорошо владеть навыками реализации коммуникационного продукта с использованием технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	
отлично владеть навыками реализации коммуникационного продукта с использованием 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:	
в общем виде специфику основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью	
хорошо специфику основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью	
отлично специфику основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью	

Уметь:
в общем виде создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью с использованием технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
хорошо создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью с использованием технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
отлично создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью с использованием технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Владеть:
в общем виде владеть навыками реализации основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью
хорошо владеть навыками реализации основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью
отлично владеть навыками реализации основных 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:
в общем виде специфику основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
хорошо специфику основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
отлично специфику основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Уметь:
в общем виде уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
хорошо уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
отлично уметь использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Владеть:
в общем виде навыками применения основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
хорошо навыками применения основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
отлично 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:
в общем виде знать специфику формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
хорошо знать специфику формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
отлично знать специфику формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Уметь:
в общем виде уметь формировать корпоративную культуру организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
хорошо уметь формировать корпоративную культуру организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
отлично уметь формировать корпоративную культуру организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Владеть:
в общем виде навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
хорошо навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
отлично навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций

хорошо уметь реализовывать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
отлично уметь реализовывать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
Владеть:
в общем виде навыками реализации соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
хорошо навыками реализации соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
отлично навыками реализации соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

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