

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
 Информация о владельце: **«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»**
 ФИО: Агабекян Раиса Левковна (г. Краснодар)
 Должность: ректор (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
 Дата подписания: 01.04.2024 14:15:30
 Уникальный программный ключ:
 4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbce

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 **очная**
 Программу составил(и): кфн, доцент, Немец Г.Н.

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		5 (3.1)		Итого	
	Неделя		16 5/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16	32	32
Практические	16	16	32	32	48	48
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)			0,3	0,3	0,3	0,3
Контактная работа на аттестации	0,2	0,2			0,2	0,2
Консультации перед экзаменом			1	1	1	1
Итого ауд.	32	32	48	48	80	80
Контактная работа	32,2	32,2	49,3	49,3	81,5	81,5
Сам. работа	39,8	39,8	60	60	99,8	99,8
Часы на контроль			34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	72	72	144	144	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-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 знать специфику редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	
хорошо знать специфику редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	
отлично знать 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 уметь редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	
хорошо уметь редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	
отлично уметь 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 знать специфику соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	

хорошо владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
отлично владеть навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:
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
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
3.2 Уметь:
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
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
3.3 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
в общем виде навыками реализации соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
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