

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.12**

## **Интертекст и библиографическая культура**

### **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	5		Итого	
	УП	РП		
Лекции	10	10	10	10
Практические	16	16	16	16
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	26	26	26	26
Контактная работа	26,3	26,3	26,3	26,3
Сам. работа	181	181	181	181
Часы на контроль	8,7	8,7	8,7	8,7
Итого	216	216	216	216

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

- |     |   |
|-----|---|
| 1.1 | Цели дисциплины: дать объективное представление о явлении интертекстуальности в рекламной деятельности; формировать и аргументировать свою точку зрения на интертекстуальные процессы посредством изучения и анализа интертекстов в библиотечном и Интернет - вариантах; выявлять интертекст, претекст, посттекст, субтекст, гипертекст, контекст в художественных произведениях, используя для этого систему Интернет; использовать при анализе художественных произведений интертекстуальный метод исследования, стимулировать развитие интеллектуально-творческого потенциала. |
|-----|---|

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
--------------------	------

**2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

- |       |   |
|-------|---|
| 2.1.1 | Интернет-технологии в связях с общественностью            |
| 2.1.2 | Медиаанализ и медиапланирование                           |
| 2.1.3 | Создание рекламы с использованием компьютерных технологий |
| 2.1.4 | Брендинг в имиджевой политике организации                 |

**2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

- |       |  |
|-------|--|
| 2.2.1 | 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**

**ПК-7: Профессиональная компетенция****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 использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде |
| хорошо специфику использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде       |
| отлично специфику использования технологий 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 навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде |
| хорошо навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде       |
| отлично 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:**

- |  |
|--|
| в общем виде специфику подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде |
| хорошо специфику подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде       |
| отлично специфику подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде      |

**Уметь:**

- |  |
|--|
| в общем виде создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде |
| хорошо создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде       |
| отлично создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде      |

<b>Владеть:</b>
в общем виде навыками подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
хорошо навыками подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн сред
отлично навыками подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн сред
<b>ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</b>
<b>Знать:</b>
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
<b>Уметь:</b>
в общем виде использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
хорошо использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
отлично использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
<b>Владеть:</b>
в общем виде навыками использования основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
хорошо навыками использования основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
отлично навыками использования основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
<b>ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</b>
<b>Знать:</b>
в общем виде специфику основных инструментов внутренних коммуникаций, используемых в формировании корпоративной культуры
хорошо специфику основных инструментов внутренних коммуникаций, используемых в формировании корпоративной культуры
отлично специфику основных инструментов внутренних коммуникаций, используемых в формировании корпоративной культуры
<b>Уметь:</b>
в общем виде использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, используемые в формировании корпоративной культуры
хорошо использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, используемые в формировании корпоративной культуры
отлично использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, используемые в формировании корпоративной культуры
<b>Владеть:</b>
в общем виде навыками использования основных инструментов внутренних коммуникаций, используемых в формировании корпоративной культуры
хорошо навыками использования основных инструментов внутренних коммуникаций, используемых в формировании корпоративной культуры
отлично навыками использования основных инструментов внутренних коммуникаций, используемых в формировании корпоративной культуры
<b>ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</b>
<b>Знать:</b>
в общем виде специфику современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
хорошо специфику современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта



отлично специфика типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
<b>Уметь:</b>
в общем виде реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
хорошо реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
отлично реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
<b>Владеть:</b>
в общем виде навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
хорошо навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
отлично навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
<b>ПК-7.2: Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</b>
<b>Знать:</b>
в общем виде специфику основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
хорошо специфику основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
отлично специфику основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
<b>Уметь:</b>
в общем виде готовить документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
хорошо готовить документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
отлично готовить документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
<b>Владеть:</b>
в общем виде навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
хорошо навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
отлично навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
<b>ПК-7.3: Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта</b>
<b>Знать:</b>
в общем виде специфику исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
хорошо специфику исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
отлично специфику исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
<b>Уметь:</b>
в общем виде проводить исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
хорошо проводить исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
отлично проводить исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
<b>Владеть:</b>
в общем виде навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
хорошо навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
отлично навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен**

<b>3.1</b> <b>Знать:</b>
в общем виде специфику использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
в общем виде специфику подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
в общем виде специфику основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

в общем виде специфику основных инструментов внутренних коммуникаций, используемых в формировании корпоративной культуры
в общем виде специфику современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
в общем виде специфику редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта
в общем виде специфику соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
в общем виде специфику типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
в общем виде специфику основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
в общем виде специфику исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
<b>3.2 Уметь:</b>
в общем виде использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
в общем виде создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
в общем виде использовать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
в общем виде использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, используемые в формировании корпоративной культуры
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 редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта
в общем виде реализовывать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
в общем виде реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
в общем виде готовить документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
в общем виде проводить исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
<b>3.3 Владеть:</b>
в общем виде навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
в общем виде навыками подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
в общем виде навыками использования основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
в общем виде навыками использования основных инструментов внутренних коммуникаций, используемых в формировании корпоративной культуры
в 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 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 контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
в общем виде навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
в общем виде навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
в общем виде навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта