

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Работа с рекламными и ПР-текстами»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

В настоящее время значимую роль в рекламной деятельности играет копирайтинг. В отдельных вузах вводятся и читаются курсы под этим названием. Правильно, грамотно и, в то же время, творчески написанное рекламное сообщение, мастерски созданный слоган, правильно составленный пресс-релиз определяют очень многое в рекламной или ПР-кампании, в создании и продвижении бренда. Копирайтеры, спичрайтеры и пр. накапливают опыт, делают наблюдения, выявляют закономерности, описывают правила и дают рекомендации по созданию текстов рекламы. Также в работе ПР-отдела немаловажную роль играют эффективно написанные тексты, как для внешней, так и для внутренней среды. Цель данного курса: ознакомление со спецификой рекламных и ПР-текстов, их основными видами и жанрами, правилами и рекомендациями, которые используются при их создании и использование полученных знаний на практике – в процессе разработки рекламных и ПР-текстов.

Задачи освоения дисциплины:

- формирование представления о видах и специфике ПР-текстов, их жанровой структуре, функциях;
- подробное изучение основных видов ПР-текстов, включая их структуру, требованиям к ним;
- ознакомление со спецификой рекламных текстов в целом, их видами в печатных СМИ, информирование об основных жанрах печатной рекламы;
- изучение особенностей и основных требований к текстам радио-, теле- и наружной рекламы;
- ознакомление со спецификой текстов в Интернете и местах продаж, рекламных текстов прямой почтовой рассылки;
- формирование представления о структуре рекламного текста и его компонентах, самом процессе копирайтинга, разработке рекламного текста и этапах его создания, а также о значении, функциях и требованиях к рекламному слогану и приемах его создания

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Работа с рекламными и ПР-текстами» относится к обязательным дисциплинам учебного плана бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 6 -ом семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: к началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь

знания, позволяющие им понимать основные аспекты в области современной теории и практики в рекламе и СО (предшествующие дисциплины Иностранный язык Русский язык и культура речи Межкультурные коммуникации Теоретические основы редактирования текста Основы теории и практики рекламы Основы теории и практики связей с общественностью

Психология и педагогика Основы речевой коммуникации в СМИ Основы научных исследований Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью Основы маркетинга Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью Современные медиакоммуникации Современные медиаизмерения Психология массовых коммуникаций Технологии имиджмейкинга Социология массовых коммуникаций Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Планирование рекламных кампаний Планирование PR-кампаний

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей: знания, полученные в рамках данного курса, могут быть использованы при освоении дисциплин: Основы интегрированных коммуникаций Поведение потребителей Профессионально-ознакомительная практика Проектная деятельность Профессионально-творческая практика Научно-исследовательская работа Преддипломная практика ГИА

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>УК4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Знать: специфику использования различных жанров в рекламных, PR- текстах; строение рекламного текста, его компоненты и этапы разработки; значение, функции и виды слоганов, основные требования к ним и приемы их разработки</p> <p>Уметь: составлять и редактировать рекламные и PR- тексты с учетом полученных в рамках освоения дисциплины знаний и изученных примеров; адаптировать рекламные слоганы; уметь применять необычные жанры рекламных сообщений в обозначенных целях.</p> <p>Владеть: навыками в области копирайтинга; иметь начальный опыт составления основных видов PR- текстов.</p>

<p>ПК1:</p> <p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиа-тексты и (или) медиа-продукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Знать: основные виды и типы ПР-текстов, их жанровую структуру; назначение, специфику, области применения основных видов ПР-текстов; особенности рекламных текстов на разных носителях (радиотелевидение, печать, наружная реклама, на местах продаж и др.) и специфику использования различных жанров в рекламных, ПР- текстах; строение рекламного текста, его компоненты и этапы разработки; значение, функции и виды слоганов, основные требования к ним и приемы их написания;</p> <p>Уметь: составлять и редактировать рекламные и ПР-тексты с учетом полученных в рамках освоения дисциплины знаний и изученных примеров; адаптировать рекламные слоганы; уметь применять необычные жанры рекламных сообщений в обозначенных целях.</p> <p>Владеть навыками: в области копирайтинга; составления рекламных текстов для различных носителей, в частности тексты радио-рекламы, наружной рекламы и пр.; иметь начальный опыт составления основных видов ПР-текстов (пресс-релизов, бэкграудреа, факт-листа, биографии, имиджевых и др. статей и интервью и пр.).</p>
<p>ПК- 4: Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента</p>	<p>Знать: основные виды и типы ПР-текстов, их жанровую структуру; назначение, специфику, области применения основных видов ПР-текстов; особенности рекламных текстов на разных носителях (радиотелевидение, печать, наружная реклама, на местах продаж и др.) и специфику использования различных жанров в рекламных, ПР- текстах; строение рекламного текста, его компоненты и этапы разработки; значение, функции и виды слоганов, основные требования к ним и приемы их создания;</p> <p>Уметь: составлять и редактировать рекламные и ПР-тексты с учетом полученных в рамках освоения дисциплины знаний и изученных примеров; адаптировать рекламные слоганы; уметь применять необычные жанры рекламных сообщений в обозначенных целях.</p> <p>Владеть навыками: в области копирайтинга; составления рекламных текстов для различных носителей, в частности тексты радио-рекламы, наружной рекламы и пр.; иметь начальный опыт составления основных видов ПР-текстов (пресс-релизов, бэкграудреа, факт-листа, биографии, имиджевых и др. статей и интервью и пр.).</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины предполагает использование следующих образовательных технологий:

- проведение практических занятий, связанных с разработкой и написанием рекламных текстов и освоению используемых в них различных приемов оптимизации и усиления речевого воздействия на аудиторию (стилистических, лексических, фонетических средств);
- проведение дискуссий в семинарских группах и обсуждений по итогам выполнения практических заданий.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами и сообщениями).

Промежуточная аттестация проводится в форме: оценки итогов самостоятельной работы по написанию рекламных и ПР-текстов.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.