

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе»

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

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: ознакомить с понятием речевого воздействия, различными подходами, с позиций которых оно исследуется, а также со специфическими приемами (в частности, с манипулятивными речевыми техниками), способами речевого воздействия в рекламных и ПР-текстах и различными средствами (в т.ч. лексическими, синтаксическими, фонетическими), используемыми при их создании.

Задачи освоения дисциплины:

- рассмотреть понятие речевого воздействия, охарактеризовать его виды, обозначить области применения и особенности в массовой коммуникации;
- осветить основные подходы, с позиций которых рассматривается речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью (семиотический, филологический и психолингвистический);
- составить представление об основных способах речевого воздействия (внушении, убеждении и пр.) и о том, как они реализуются в рекламных и ПР-текстах, а также более детально изучить ряд вербальных манипулятивных приемов и техник, используемых в них;
- охарактеризовать особенности использования лексики в рекламных и ПР-текстах, в том числе частотных слов, употребление тропов (метафоры, гиперболы, эпитеты и др. в рекламных сообщениях), фразеологизмов, игровых приемов на основе омонимов, многозначных слов и пр., а также продемонстрировать необходимость подбора лексических единиц в зависимости от целевых аудиторий и групп;
- рассмотреть риторику как источник приемов речевого воздействия в рекламе, ПР и близких сферах, обозначить риторические приемы и средства экспрессивного синтаксиса их применение в рекламных и ПР-текстах;
- изучить основные фонетические приемы и ознакомиться с требованиями по их применению в рекламных текстах и слоганах.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина относится к дисциплинам вариативной учебного плана бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью». Изучается в 5-ем 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 рекламной практики и СО (предшествующие дисциплины: Русский язык и культура речи, Межкультурные коммуникации, Иностранный язык, Психология и педагогика, Современные медиакоммуникации)

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей: знания, полученные в рамках данного курса, могут быть использованы при освоении дисциплин:

- Работа с рекламными и PR-текстами
- Планирование PR-кампаний
- Дизайн в рекламе
- Конструирование рекламы

- Современная пресс-служба
- Планирование антикризисных коммуникаций
- Продвижение СМИ
- Планирование рекламных кампаний
- Цифровой маркетинг
- Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов
- Основы брендинга
- Управление общественным мнением
- Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях
- Основы интегрированных коммуникаций
- Организация рекламных и ПР-мероприятий
- PR в сфере культуры
- Интернациональная и национальная реклама
- Коммуникации в политических процессах и институтах
- Креативные технологии в рекламе
- Профессионально-творческая практика
- Научно-исследовательская работа
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

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: понятийный аппарат теории речевого воздействия, ряд понятий риторики, стилистики, лексикологии, семиотики; определения понятий «тропы», их виды (метафоры, эпитета, гиперболы, оксюморон и пр.); определения понятий «речевой стандарт» и «речевой штамп»; фигуры речи и их виды; Уметь: составлять и редактировать рекламные и ПР-тексты с учетом полученных в рамках освоения дисциплины знаний, изученных приемов и примеров; Владеть: базовыми приемами риторики, уметь применять в устной и письменной речи фигуры речи и средства экспрессивного синтаксиса; навыками участия в дискуссии и подготовке устных выступлений.</p>
<p>ПК2 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов</p>	<p>Знать: понятийный аппарат теории речевого воздействия, принципы и приемы разработки рекламной идеи и конструирования, основы образостроения в рекламе; Уметь: создавать все виды профессиональных текстов и документов, осуществлять редакторский анализ и правку текста Владеть: базовыми технологиями профессиональной рекламной деятельности, навыками литературного редактирования копирайтинга, навыками корректуры</p>

<p>ПК-4Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента</p>	<p>Знать ряд понятий риторики, стилистики, лексикологии, семиотики; определения понятий «знака», «символа»; определения понятий «тропы», их видов (метафоры, эпитета, гиперболы, оксюморон и пр.); специфику подходов к изучению речевого воздействия (филологического, психолингвистического, семиотического); определения понятий «речевой стандарт» и «речевой штамп»; фигуры речи и их виды; определение манипуляции, речевого манипулирования, разбираться в способах воздействия и в речевых манипулятивных техниках, используемых в рекламе и связях с общественностью и близких сферах (пропаганда и пр.); Уметь: составлять и редактировать рекламные и ПР-тексты в т.ч. и как виды медиа-тестов. Владеть: базовыми приемами риторики, уметь применять в устной и письменной речи фигуры речи и средства экспрессивного синтаксиса; составлять рекламные и ПР- тексты и подбирать лексику в зависимости от того, на какие аудитории они нацелены; разрабатывать рекламные и ПР-тексты с использованием изобразительно-выразительных средств, тропов; навыками участия в дискуссии и подготовке устных выступлений; обладать навыками применения при разработке рекламных текстов и слоганов, различных стилистических, лексических, фонетических приемов.</p>
--	--

1. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы

4. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе» 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.

5. 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.