

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.11.2020 09:28:24

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac5da145f4155621af0ee37e93a19

# МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 30.09.2019 г., №2

## Рабочая программа дисциплины Структура и язык рекламных текстов в СМИ

Направление подготовки: 42.04.02 Журналистика

Профиль подготовки: Коммуникативно-исследовательская и редакторская деятельность  
в сфере массмедиа

Квалификация: магистр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 3

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	уп	рп		
Неделя	18,3			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Цели освоения учебной дисциплины «Структура и язык рекламных текстов»:
1.2	-ознакомить обучающихся с рекламой как с особым видом коммуникации;
1.3	-научить создавать грамматически правильный и психологически удачный рекламный текст.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	ФТД
--------------------	-----

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем**

**Знать:**

особенности всех этапов и принципов построения рекламных текстов в СМИ  
нормы русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем  
целостную систему средств выразительности в рекламном тексте (в том числе и семиотические)

**Уметь:**

планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией рекламных текстов в СМИ  
управлять процессом подготовки востребованных обществом и индустрией рекламных текстов в СМИ с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем

**Владеть:**

навыком написания востребованных обществом и индустрией рекламных текстов в СМИ  
нормами русского (иностранного) языков и иных знаковых систем  
навыками использования выразительных средств в устной и письменной формах профессиональной речи

**ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности**

**Знать:**

закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности  
концепции социальной ответственности последствий профессиональной деятельности  
общепринятые стандарты и правила профессии журналиста

**Уметь:**

оценивать возможные эффекты в медиасфере  
прогнозировать возможные эффекты в медиасфере  
оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста

**Владеть:**

навыками прогнозирования возможных эффектов в медиасфере  
принципами социальной ответственности журналиста при написания рекламных текстов в СМИ  
общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста