

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 30.10.2018 08:41:13

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac5da145b4155621a10ee37e19a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 28.05.2018 г., №11

Рабочая программа дисциплины

Рекламный текст

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки: Конвергентная журналистика

Квалификация: бакалавр

Филологический факультет

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	8	8	8	8
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Основная цель курса в ознакомлении обучающихся с рекламным текстом как особым видом коммуникации, в формировании представления об отличительных особенностях рекламного текста, в формировании представлений об этических требованиях, предъявляемых к рекламной продукции, в сообщении основных сведений о языке рекламной коммуникации, необходимых для дальнейшего осуществления профессиональной деятельности. Курс призван научить студентов не только анализировать уже созданные рекламные тексты с различных позиций, но и владеть методикой разработки рекламных текстов различных объемов, жанров и в соответствии с этическими нормами и требованиями; подготовить студентов к рекламному творчеству и в конечном результате к успешной профессиональной деятельности рекламиста. Главная задача данной дисциплины - изучение методов, приемов, особенностей составления рекламного текста, знакомство со стратегией и приемами его создания, а также развитие творческих способностей студентов, воспитание у них творческого отношения к работе.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.1
--------------------	-----------

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

ОПК-8: способностью следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике

Знать:

понятие профессиональной этики журналиста, российские и международные кодексы профессиональной этики
этические и правовые регуляторы журналистской деятельности, необходимые при создании рекламного продукта

Уметь:

делать анализ содержания СМИ с точки зрения соблюдения этических и правовых норм
готовить и создавать рекламные материалы в соответствии с этическими принципами профессиональной этики

Владеть:

нормами профессиональной этики, этическими методами получения информации
навыками создания рекламного текста в соответствии с нормами и принципами профессиональной этики

ОПК-21: способностью применять знание основ публичных отношений и рекламы в профессиональной деятельности

Знать:

основные классификации рекламных текстов в соответствии с выполняемой ими функцией, жанром, объемом и т.д.
основные принципы создания рекламного текста

Уметь:

создавать рекламный и PR-текст в различных формах и жанрах
разбираться в современных тенденциях рекламной индустрии
классифицировать и систематизировать рекламные тексты в соответствии с выполняемой ими функцией, характеризовать маркетинговые, политические, социальные и этические идеи, использовать знание различных моделей анализа текста

Владеть:

навыками составления рекламного текста с учетом средства распространения информации и коммуникативных задач.
навыками реализации рекламного и PR-продукта

ПК-2: способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах

Знать:

языковые особенности рекламных текстов различных жанров и форматов, размещаемых на различных медийных платформах

Уметь:

применять полученные знания о лексических и структурных особенностях рекламных текстов при создании продукта для размещения на различных мультимедийных платформах
Владеть:
методиками создания вербального рекламного продукта для размещения на различных мультимедийных платформах и методиками его лингвистического анализа