

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.13.02
«Журналистское мастерство в контексте рекламной и ПР-деятельности»

Объем трудоемкости (ЗФО): 1 зачетная единица (36 часов, из них – 10,2 часов аудиторной нагрузки: лабораторных 10 ч., самостоятельная работа - 22 ч., контроль – 3,8 ч., ИКР 0,2 ч.)

Цель дисциплины: – изучить на практике специфику журналистской деятельности в сфере связей с общественностью; сформировать у будущих специалистов практические навыки в области работы современных российских пресс-служб, отделов пресс-служб, ПР.

Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины Б1.В.ДВ.13.02 Журналистское мастерство в контексте ПР-деятельности»:

- овладение теоретическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса;
- понимание процессов, связанных с работой современных пресс-служб;
- привитие студентам знаний и умений в области информационной работы государственных учреждений со СМИ и общественностью;
- пропаганде ими своих целей и решений, организации публичных акций, работающих на положительный имидж учреждения;
- знакомство с основными функциями и особенностями работы пресс-служб разных уровней власти, общественных организаций и коммерческих структур.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.13.02 Журналистское мастерство в контексте ПР-деятельности» входит в раздел ФГОС «Профессиональный цикл. Вариативная часть» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Дисциплина «Журналистское мастерство в контексте ПР-деятельности» является своеобразной итоговой работой, подводящей черту под теоретическими предметами, и призванной дать практический эффект в виде навыков и умений, необходимых для работы в пресс-службе, отделе рекламы и связей с общественностью.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных компетенций (ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в	специфику организаци и проведения PR-мероприятий силами профильной организационной структуры	применять принципы проведения PR-мероприятий силами профильной организационной структуры	навыками PR-мероприятий силами профильной организационной структуры

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		рамках традиционных и современных средств рекламы;			
2	ПК-16	Способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Особенности и подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Навыкам и под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Основные разделы дисциплины для заочной формы обучения:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре (заочная форма).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Анализ основных принципов работы с информацией. Изучение структуры текста и способов его подачи.	19			1	18
2.	Понятие зарисовки, ее свойства и виды (портретная, бытовая, пейзажная и т.п.)	3			1	2
3.	Заметка как способ подачи информации. Структура и характеристики заметок.	4			2	2

	<i>Итого по дисциплине:</i>	2 6			4	22
--	-----------------------------	--------	--	--	---	----

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2012. - 191 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176>
2. Кулак, М.И. Технология полиграфического производства / М.И. Кулак, С.А. Ничипорович, Н.Э. Трусевич. - Минск : Белорусская наука, 2011. – 373 с. – ISBN 978-985-08-1318-3; [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89360>.
3. Преснякова, Е.А. Работа копирайтера / Е.А. Преснякова. – Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2011. - 98 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234558>
4. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - М. : Флинта, 2011. - 181 с. - ISBN 978-5-9765-1217-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470>
5. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458>

Автор (ы) РПД Г.Н. Немец, доц., канд. филол. наук, доц.