

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.15.01
«Выпуск рекламной / корпоративной газеты, сетевого издания»

Объем трудоемкости: 2 зачетных единицы (72 часа, из них – 8,2 контактных часа, лабораторных 8 ч., самостоятельная работа - 60 ч., контроль – 3,8 ч., 0,2 ч. ИКР)

Цель дисциплины: изучить на практике специфику создания номера рекламного/корпоративного, сетевого издания, его структуры, особенности подготовки материалов, редакционной подготовки и издательского технологического цикла рекламного/корпоративного и сетевого издания.

Задачи дисциплины: разработать концепцию издания, его макет, работая в группе, как единый авторский коллектив; при организации работы редакции, разработке рекламной/корпоративной газеты, сетевого издания уметь учитывать системную и ролевую структуру коллектива; распределить между студентами профессиональные функции редактора, обозревателя, корреспондента, фотожурналиста, корректора; на практике продемонстрировать весь редакционно-издательский процесс в системе включенного наблюдения; подготовить номер печатного корпоративного издания.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная учебная дисциплина входит в раздел Б1.В.ДВ.15.01 ФГОС «Профессиональный цикл. Вариативная часть» по направлению подготовки ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Дисциплина «Выпуск рекламной/корпоративной газеты, сетевого издания» является своеобразной итоговой работой, подводящей черту под теоретическими предметами, и призванной дать практический эффект в виде навыков и умений, необходимых при прохождении учебно-ознакомительной и производственной практики.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *обще*профессиональных/профессиональных компетенций (ОПК/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 рамках традиционных и современных	- основные ключевые элементы процесса создания корпоративного рекламного и сетевого издания; - технологический цикл по подготовке и выпуску в свет издательской и сетевой продукции рекламного характера;	- разрабатывать концепции издания, тематическое наполнение, планирование; - реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;	- навыками работы в отделе рекламы, маркетинга; - современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	Уметь	Владеть
		средств рекламы			переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами.
2.	ПК 16	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;	технологии и стратегические моменты управления сегментами современных корпоративных сетевых изданий, детальную разработку дизайна учебного корпоративного издания; - виды и типы корпоративных СМИ;	- реализовывать характерные особенности и функции корпоративной/рекламной газеты во внешней и внутренней среде; - разрабатывать корпоративные СМИ с учетом типологической специфики; - модели издания содержательной, композиционной графической;	навыками создания самостоятельно го продукта – рекламного сетевого, корпоративного издания: создание карты проекта, написание и утверждение «Положения о корпоративном , рекламном или сетевом издании; - составление и утверждение бюджета, написание материалов и подборе фото-иллюстративного материала; - создание макета издания и предпечатной подготовки, особенности печати и распространения.

Основные разделы дисциплины

Разделы, изучаемые в 7 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел 1. Современное состояние и тенденции развития печатных периодических изданий	9			1	8
2.	Раздел 2. Разработка концепции издания	9			1	8

3.	Раздел 3. Детальная разработка формата, структуры, дизайна учебного издания	9			1	8
4.	Раздел 4. Авторская работа над содержанием выпуска. <i>Итоговое занятие</i>	9			1	8
	<i>Итого по дисциплине:</i>				4	32

Разделы, изучаемые в 8 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел 5. Корректурa планируемых публикаций	8			1	7
2.	Раздел 6. Формирование номера издания	8			1	7
3.	Раздел 7. Окончательная сверка номера	8			1	7
4.	Раздел 8. Выпуск издания. <i>Итоговое занятие</i>	8			1	7
	<i>Итого по дисциплине:</i>				4	28

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса : учебное пособие / Э.В. Булатова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. - 264 с. - ISBN 978-5-7996-0741-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310>
2. 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>
3. 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>
4. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68866>
5. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М. : Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.

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