

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.09.02
«Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов»

Объем трудоемкости ЗФО: 2 ЗЕТ (72 часа, в том числе 6,2 контактных часа, из них 2 часа лекционных занятий, 4 часа лабораторных работ, 62 часа СРС, 3,8 ч. – контроль, 0,2 ч. ИКР).

Цели дисциплины: основная цель освоения дисциплины «Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов» - дополнить теоретические и прикладные знания учащихся новыми рекомендациями по текстовой деятельности в сфере рекламы и ПР, а также обучить их дополнительным практическим навыкам литературного редактирования рекламных и ПР-текстов.

Задачи дисциплины:

- Углубить знания учащихся о стилистических особенностях рекламных и ПР-текстов, расширить представление о рекламных жанрах на базе свободного владения нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации;
- Выработать умение создавать эффективные по своему воздействию рекламные и ПР-тексты в зависимости от рекламного носителя или СМИ;
- Повысить уровень общефилологической и профессиональной подготовки учащихся, способствуя углубленному пониманию речевых процессов и механизмов их реализации в различных сферах речевой деятельности, тем самым дать понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности в сфере рекламы и ПР;
- Обучить методологии и практике экспертирования продуктивных рекламных и ПР-текстов, базирующееся на развитии их способностей к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности, умении провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование, проанализировать его результаты, сделать значимые выводы теоретического и профессионально-практического характера.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 «Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов» относится к дисциплинам вариативной части профессионального цикла Б1. Предшествующие дисциплины «Социология», «Психология рекламы», «Копирайтинг», последующие дисциплины - «Теория и практика медиатекста».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы. Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных/профессиональных компетенций (ОК/ОПК/ПК)

1.

Код компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС	Профильное наполнение компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
ОПК 3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью,	Особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью	Осуществлять литературное редактирование текстов рекламе и ПР	навыками литературного редактирования, копирайтинга текстов для

	владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	ю		рекламы и ПР
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 средств рекламы	Способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	Разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	Навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности

Структура дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ разд ела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Стратегии и тактики разработки рекламного и ПР-продукта.	10	2	-	-	8
2.	Бриф в рекламе Типовая структура брифа.	10	-	-	2	8
3.	Манипулятивные приемы рекламного и ПР-текста	6	-	-	-	8
4	НЛП как средство вовлечения потребителя в рекламу и ПР.	8	-	-	2	6
5	Оригинальные психологические теории рекламы и ПР	6	-	-	-	6
6	Национально-культурная специфика восприятия рекламного и ПР-текста	8	-	-	2	6
7	Психологическая экспертиза рекламы и ПР.	6	-	-	-	6
8	Типичные ошибки рекламистов и ПР-специалистов	6	-	-	-	6
	Всего	72	2	-	6	62

Курсовые работы не предусмотрены

Вид аттестации: зачет

Основная литература:

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56280>

2. Филиппова, Л.С. Современный русский язык. Морфемика. Словообразование: учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 248 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/1407>

Автор РПД: доктор фил.наук, профессор Л.И. Демина