

Аннотация
по дисциплине Б1.В.ДВ.11.01 «Коммуникативные стратегии журналистских, ПР и рекламных текстов»

Объем трудоемкости: 2 зачетных единицы (72 часа, из них – 24,2 часов аудиторной нагрузки, из них 24 часа практических занятий, 47,8 часов СРС, 0.2 - ИКТ).

Цель дисциплины: дать углубленное представление о стратегиях разработки рекламного, журналистского и ПР-текста, обучить их современным продуктивным тактикам воздействия на аудиторию. Параллельно предполагается развивать способности учащихся использовать на практике навыки и умения в организации профессионально-творческих и научно-исследовательских работ.

Задачи дисциплины:

- Углубить знания учащихся о стилистических особенностях рекламного, журналистского и ПР-текста, расширить представление магистрантов 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 избирать эффективные стратегии для рекламного, журналистского и ПР-текста в зависимости от их носителя или СМИ,
- Повысить уровень общефилологической и профессиональной подготовки магистрантов, 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 журналистики, 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 ООП ВО: дисциплина «Коммуникативные стратегии журналистских, ПР и рекламных текстов» относится к дисциплинам по выбору части Б1 «Дисциплины (модули) учебного плана». Знания и навыки, полученные в ходе изучения курса необходимы для работы магистранта с творческими заданиями, изучении дисциплин соответствующей профилизации, прохождения производственной практики. Дисциплина базируется на уже сформированных предшествующих таких дисциплинах: «Журналистика как социокультурный феномен», «Современные теории массовой коммуникации», последующие дисциплины: «Инновационные технологии в рекламной деятельности».

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/ПК):* *ОПК 1, ПК 1..*

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ОПК-1	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	специфику коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках в рекламной деятельности	создавать рекламный, журналистский и PR- текст в устной письменной форме	навыками создания, редактирования рекламный, журналистский и PR- текста на государственном языке Российской Федерации
ПК 1	готовностью создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов.	Знать структуру и функции рекламного медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности	создавать рекламный авторский медиаконтент с учетом знаний профессиональной деятельности	углубленным пониманием специфики и функций рекламного текста, знанием рекламных технологий и профессиональных стандартов.

Основные разделы (темы) дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре:

№ раздела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Предмет, структура и методология курса .	11,8	-	4	-	7,8
2.	Стратегии печатного рекламного текста.	12	-	4	-	8
3.	PR-сообщение как продукт деятельности спичрайтера	12	-	4	-	8
4.	Стратегии рекламного брендинга	12	-	4	-	8
5.	Журналистский и PR-текст:общее и различия	12	-	4	-	8
6.	Итоговое занятие. Зачет.	12	-	4	-	8
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	24	-	47,8

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4.
2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4.

Автор РПД: д.ф.н., проф. Сомова Е.Г.