

**Аннотация по дисциплине
ОП.11 Рекламный текст
42.02.01 Реклама**

3 курс	6 семестр
всего 86 часов, в том числе:	
лекции	38 час.
практические занятия	20 час.
самостоятельные занятия	26 час.
консультации	2 час.

Цель дисциплины (модуля, практики):ознакомить студентов с феноменом “рекламного текста” и сформировать у них профессиональные навыки создания рекламных текстов “печатного и телевизионного формата” (печатные, электронные СМИ)

Задачи дисциплины (модуля, практики): а) дать представление о психологии потребления, потребностях и желаниях аудитории; б) рассмотреть структурно-содержательные, стилистические, жанровые и другие особенности рекламного текста; в) представить мифологическую модель общественных отношений, выраженную на уровне рекламного текста, рассмотреть приемы мифологизации; г) на практике дать анализ рекламных текстов и представить их модели, с учетом цели воздействия, аудитории и специфики такого текста.

Место дисциплины (модуля, практики) в структуре ППСЗ:Данная дисциплина входит в профессиональный модуль: производство рекламной продукции.

Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2	Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Иметь практический опыт	выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта и написания рекламного текста построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; подготовки к производству рекламного продукта; производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
Знать	технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технологии создания рекламного текста; аппаратное и программное обеспечение.
Уметь	использовать компьютерные технологии при создании текстового рекламного продукта; уметь создать рекламный текст отвечающий требованиям заказчика

Содержание и структура дисциплины (модуля, практики)

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час) (в т.ч. консультации)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Раздел 1. Общетеоретические основы рекламного текста	29	19	10	14
Тема 1. Структура и особенности рекламного текста	6	4	2	2
Тема 2. Стилистика рекламного текста	6	4	2	4
Тема 3. Заголовки в рекламном тексте	9	6	2	2
Тема 4. Сторителлинг, как вид рекламного текста	4	2	2	4

Тема 5. Принцип составления контент-планов	4	2	2	2
Раздел 2. Написание рекламных текстов для различных площадок	29	19	10	14
Тема 6. Написание рекламного поста для соцсети: правила и особенности	6	4	2	4
Тема 7. Написание e-mail-письма и создание рекламных рассылок	6	4	2	2
Тема 8. Написание рекламной статьи для СМИ и в блог	2	1	1	2
Тема 9. Написание текстов для одностраничных сайтов и создание прототипов	6	4	2	2
Тема 10. Написание текстов для чат-ботов (авторонок)	9	6	3	4
Консультации				2
Всего по дисциплине	58	38	20	28

Курсовые проекты (работы): не предусмотрены

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: мультимедийные средства

Вид аттестации: дифференцированный зачет.

Основная литература

1. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14550-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477932>

2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472777>

3. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477078>

Автор: Манченьянец П.И