

Аннотация по дисциплине (модулю, практике)

ОП.11 Рекламный текст

Курс 3 Семестр 6

Количество часов:

всего: 86 часов

практических занятий - 20 часов,

консультаций – 2 часа,

самостоятельной работы – 26 часов

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; технология создания рекламного текста; аппаратное и программное обеспечение.
Уметь	использовать компьютерные технологии при создании театового рекламного продукта; уметь создать рекламный текст отвечающий требованиям заказчика

Содержание и структура дисциплины (модуля, практики)

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	
1	Рекламный текст, история, динамика развития	43	19	10	-	13	1
2	Рекламный текст и технологии	43	19	10	-	13	1
	Всего	86	38	20	-	26	2

Курсовые проекты (работы): не предусмотрены

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: мультимедийные средства

Вид аттестации: дифференцированный зачет.

Основная литература

Блюм, Марина Анатольевна.

Маркетинг рекламы [Текст] : учебное пособие для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М. : ФОРУМ, 2009. - 143 с. - (Профессиональное образование). - Библиогр.: с. 140-142. - ISBN 9785911342647 : 74.00.

