

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины  
«Б1.В.07 СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ  
И ПР-ТЕКСТОВ»**

(код и наименование дисциплины)

**Направление подготовки/специальность:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов), для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

**Цель освоения 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 филологической 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 «Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов» базируется на изучении таких предметов, как «Копирайтинг», «Русский язык и основы деловой коммуникации», «Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации», «Литература и искусство в рекламе и связях с общественностью».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.	<p>Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.</p> <p>Умеет соблюдать нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации.</p> <p>Владеет способам соблюдения норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.</p>
ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).	<p>Знает основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>Умеет демонстрировать способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).</p>
ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами.	<p>Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении.</p> <p>Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении.</p> <p>Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами.</p>
ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах.	<p>Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах.</p> <p>Умеет вести деловую переписку.</p> <p>Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах.</p>
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	
ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах.	<p>Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества</p> <p>Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах.</p> <p>Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества.</p>
ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний.	<p>Знает основные проблемы современности с позиции этики и философских знаний.</p> <p>Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний.</p> <p>Владеет способностью интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний.</p>

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИУК-5.3. Определяет место и роль России в контексте мирового исторического развития.	<p>Знает историю России в контексте мирового исторического развития.</p> <p>Умеет определять место и роль России в контексте мирового исторического развития.</p> <p>Владеет навыками анализа и определения роли и места истории России в контексте мирового исторического развития.</p>
ИУК-5.4. На основе исторических знаний оценивает историческое наследие и социокультурные традиции	<p>Знает историческое наследие и социокультурные традиции, опираясь на исторические знания.</p> <p>Умеет на основе исторических знаний оценивать историческое наследие и социокультурные традиции.</p> <p>Владеет навыками оценки исторического наследия и социокультурных традиций, опираясь на исторические знания.</p>

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.  
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (очная форма обучения)

№ 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.	14	4	5		5
2.	Бриф в рекламе Типовая структура брифа.	14	4	5		5
3.	Манипулятивные приемы рекламного и ПР-текста	14	4	5		5
4	НЛП как средство вовлечения потребителя в рекламу и ПР.	14	4	5		5
5	Оригинальные психологические теории рекламы и ПР	13	4	5		4
6	Национально-культурная специфика восприятия рекламного и ПР-текста	13	4	5		4
7	Психологическая экспертиза рекламы и ПР.	13	4	5		4
8	Типичные ошибки рекламистов и ПР-специалистов	9	4	1		4
	<i>Итого по разделам дисциплины:</i>	104	32	36		36
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.  
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
4.	Стратегии и тактики разработки рекламного и ПР-продукта.	20	2	2	-	16
5.	Бриф в рекламе Типовая структура брифа.	20	2	2	-	16
6.	Манипулятивные приемы рекламного и ПР-текста	16	-	-	-	16
4	НЛП как средство вовлечения потребителя в рекламу и ПР.	16	-	-	-	16
5	Оригинальные психологические теории рекламы и ПР	16	-	-	-	16
6	Национально-культурная специфика восприятия рекламного и ПР-текста	15	-	-	-	15
7	Психологическая экспертиза рекламы и ПР.	15	-	-	-	15
8	Типичные ошибки рекламистов и ПР-специалистов	15	-	-	-	15
	Итого по разделам дисциплины:	133	4	4	-	125
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	8,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

**Курсовые работы:** не предусмотрены

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** экзамен

Авторы Л.И. Демина, профессор, д-р филол. наук, профессор