

## Аннотация по дисциплине (модулю, практике)

### ОП.11 Рекламный текст

Курс 4 Семестр 7

Количество часов:

всего 132 часа, в том числе:

лекции 32 час.

практические занятия 64 час.

самостоятельные занятия 30 час.

консультации 6 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 практически й 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; технологию 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	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	
1	Рекламный текст, история, динамика развития	66	16	32	-	15	3
2	Рекламный текст и технологии	66	16	32	-	15	3
	Всего	132	32	64	-	30	6

**Курсовые проекты (работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: мультимедийные средства

**Вид аттестации:** зачет.

**Основная литература**

1. Кольшклина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшклина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496801>
2. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. URL: <https://urait.ru/bcode/497532>
3. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт] URL: <https://urait.ru/bcode/495332>