

Аннотация рабочей программы дисциплины «Рекламный и PR-текст в массовой коммуникации»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Основная цель дисциплины – знакомство со спецификой коммуникации в рекламной сфере и сфере связей с общественностью, совершенствование навыков создания и редактирования PR-текстов, выявление сходных черт и различий рекламного и PR-текста в системе массовой коммуникации.

Это предполагает решение комплекса взаимосвязанных задач:

1. применение современных методик анализа текста;
2. создание и редактирование эффективных рекламных и PR-текстов;
3. сбор и анализ данных с использованием информационных технологий;
4. совершенствование навыков работы с учебной и научной литературой;
5. применение профессиональных знаний в различных сферах деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Рекламный и PR-текст в массовой коммуникации» входит в вариативную часть (Б1.В.ОД.4.2) и изучается в 1 семестре.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

1. основные особенности рекламной и PR-коммуникации;
2. методы анализа и редактирования рекламных и PR-текстов;
3. место рекламной и PR-коммуникации в системе массовой коммуникации;

Уметь:

1. анализировать рекламные и PR-тексты с точки зрения их основных стилистических характеристик, особенностей использования выразительных приемов и способов воздействия;
2. создавать и редактировать рекламные и PR-тексты различных жанров;

Владеть:

1. основными методиками анализа и редактирования рекламных и PR-текстов.

4. Количество часов на дисциплину – 72 ч. (2 ЗЕ), текущая форма контроля – зачет.

5. Содержание разделов дисциплины:

1. Понятие PR-текста.
2. Рекламная и PR-коммуникация в системе массовой коммуникации.
3. Жанровые разновидности рекламных и PR-текстов.
4. Особенности создания рекламных и PR-текстов в системе массовой коммуникации.

Разработчик: канд. филол. наук, доцент А.В. Щербаков.