

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"**

Язык современной рекламы

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

Аннотация рабочей программы дисциплины

Закреплена за кафедрой **Кафедра гуманитарных и правовых дисциплин**

Квалификация	Бакалавр		
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		
Форма обучения	очная		
Часов по учебному плану	108		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет 7
аудиторные занятия	40,3		
самостоятельная работа	67,7		
часов на контроль	34,4		
Форма обучения	очно-заочная		
Часов по учебному плану	108		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет 7
аудиторные занятия	12,3		
самостоятельная работа	91,7		
часов на контроль	4		
Форма обучения	заочная		
Часов по учебному плану	108		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет 7
аудиторные занятия	10,3		
самостоятельная работа	94		
часов на контроль	3,7		

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (7)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Лекции	20	20	20	20
Практические	20	20	20	20
Контактная работа на курсовую работу	-	-	-	-
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	40,3	40,3	40,3	40,3
Контактная работа	40,3	40,3	40,3	40,3
Сам. работа	67,7	67,7	67,7	67,7
Часы на контроль				
Итого	108	108	108	108

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (7)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	8
Практические	8	8	8	4
Контактная работа на курсовую работу				
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	1,6
Итого ауд.	12,3	12,3	12,3	17,6
Контактная работа	12,3	12,3	12,3	17,6
Сам. работа	91,7	91,7	91,7	153,4
Часы на контроль	4	4	4	9
Итого	108	108	108	180

**Распределение часов дисциплины по семестрам
заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4(7)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Контактная работа на курсовую работу				
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	10,3	10,3	10,3	10,3
Контактная работа	10,3	10,3	10,3	10,3
Сам. работа	94	94	94	94
Часы на контроль	3,7	3,7	3,7	3,7
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель: формирование у студентов целостного представления о системе языковых и стилистических приемов, позволяющих создать качественный рекламный текст; повышение уровня практического владения современным русским литературным языком в сферах рекламы и PR-деятельности; также выработка необходимых умений для создания рекламного продукта.

Задачи:

- знакомство с основными стилевыми чертами рекламного функционального стиля;
- анализ разноуровневых языковых ресурсов, используемых в рекламе;
- рассмотрение языковых и стилистических приемов, применяемых на разных этапах психологического воздействия рекламного сообщения;
- знакомство с языковыми особенностями рекламных слоганов, заголовков, словесных товарных знаков;
- совершенствование речевых умений и навыков обучающихся;
- адаптация речевых умений и навыков обучающихся к требованиям сфер рекламы и PR-коммуникации;
- формирование навыков составления рекламных текстов и текстов PR-коммуникации в соответствии с целью и задачами общения, характером адресанта и адресата, ситуацией общения;
- формирование навыков составления рекламных текстов и текстов PR-коммуникации различных жанров.;
- формирование навыков анализа, оценки и исправления рекламных текстов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О23
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Знания, умения навыки, полученные в результате изучения следующих дисциплин «Культура речи и деловое общение», «Основы теории коммуникации», «Иностранный язык», «Теория и практика массовой информации», «Деловая корреспонденция», и в ходе прохождения практик.
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Знания, умения навыки, полученные в результате изучения следующих дисциплин «Культура речи и деловое общение», «Основы теории коммуникации», «Иностранный язык», «Теория и практика массовой информации», «Деловая корреспонденция»

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-4.1:	понимает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
Знать:	принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках;
Уметь:	учитывать требования к деловой устной и письменной коммуникации
Владеть:	навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках
УК-4.2:	применяет на практике устную и письменную деловую коммуникацию
Знать:	основы устной и письменной деловой коммуникации
Уметь:	применять на практике технологии деловой коммуникации
Владеть:	навыками устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности
УК-4.3:	применяет методику составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств
Знать:	основы составления суждения в межличностном деловом общении
Уметь:	составлять суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках.
Владеть:	навыками применения адекватных языковых форм и средств
ОПК-1.1:	понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать:	основы составления медиапродуктов

Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов
Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике
ОПК-1.2: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь: выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.3.: осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов
Знать: основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Уметь: создавать различные медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ
Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в различных жанрах и форматах.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • определения и характерны черты текста, рекламы, рекламного текста; • психофизиологические факторы восприятия текста; • виды, жанры, цели и задачи рекламы; • структуру рекламного текста; • фонетические, лексические, морфологические, синтаксические, стилистические средства оформления рекламного текста.
3.2	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • подбирать языковые и речевые средства современного русского литературного языка с учётом специфики целевой аудитории рекламы; • подбирать языковые и речевые средства современного русского литературного языка с учётом специфики канала СМИ; • применять приёмы усиления речевого воздействия при создании рекламных текстов; • анализировать, оценивать и корректировать рекламные тексты; • применять нормы современного русского литературного языка для решения задач профессионального и межличностного общения.
3.3	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками анализа языковых фактов с позиции стилистически мотивированного и немотивированного использования их в речи; • основными методами и приемами анализа речевых жанров в рекламной и PR-коммуникации. • методами подготовки медиа текстов и текстов рекламы с учетом норм русского литературного языка