

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.08.2021 16:24:50

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Лингвистические средства рекламы

Закреплена за кафедрой **Журналистика**

Учебный план z42.03.02_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

| Курс | 4 | | Итого | |
|------------------|-----|-----|-------|-----|
| | уп | рпд | | |
| Лекции | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Практические | 6 | 6 | 6 | 6 |
| В том числе инт. | 6 | 6 | 6 | 6 |
| Итого ауд. | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Контактная | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Сам. работа | 94 | 94 | 94 | 94 |
| Часы на контроль | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Итого | 108 | 108 | 108 | 108 |

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|-----|--|
| 1.1 | ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ |
| 1.2 | Цели освоения дисциплины: подготовка бакалавра-журналиста для работы в информационно-рекламных службах. |
| 1.3 | Задачи: дать первичные представления о методологии и методике изучения рекламного текста, раскрыть понятийный аппарат рекламной деятельности, показать практический смысл изучения языка рекламы; раскрыть особенности создания и распространения рекламных произведений как вида журналистской деятельности, показать связь и взаимозависимость традиционной журналистики и рекламного бизнеса; познакомить с различными видами рекламной деятельности, жанрово-тематическими особенностями, социальными функциями, журналистскими профессиями, организацией работы в печати, на радио, телевидении и в рекламных агентствах; рассказать об вербальных и невербальных средствах рекламы; познакомить с основами современного законодательства в области СМИ, этическими нормами журналистской профессии и рекламного бизнеса; научить создавать оригинальные рекламные произведения учебного характера. |

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-21: способностью применять знание основ публичных отношений и рекламы в профессиональной деятельности

Знать:

способы, методы, технологии организации рекламной коммуникации

Уметь:

разрабатывать стратегию и тактику взаимодействия организации со СМИ, проектировать рекламные кампании

Владеть:

навыками продвижения на рынок продукта, товара или услуги с помощью СМИ, а также навыками взаимодействия со СМИ в кризисной ситуации

ПК-4: способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции

Знать:

историю и закономерности развития отечественной журналистики, лучшие ее образцы, понимать значение ее опыта для практики современных российских СМИ и работы журналиста; специфику развития отечественной журналистики в XX веке и в переходный период, особенности ее трансформации; творчество выдающихся отечественных журналистов и публицистов с момента становления отечественной журналистики как социального института до начала XXI века

Уметь:

анализировать и использовать профессиональный опыт лучших отечественных журналистов в целях совершенствования профессионального мастерства; осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики средств массовой

| |
|--|
| информации на основе сложившихся исторических традиций в отечественной журналистике |
| Владеть: |
| знаниями в области теории, истории и отечественной журналистики как важнейшей части общекультурного, гуманитарного филологического профессионального багажа журналиста |