

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.08.2021 13:45:09

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Лингвистические средства рекламы

Закреплена за кафедрой **Журналистика**

Учебный план 42.03.02_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя			
	17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
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