

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.08.2021 13:45:11

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Паралингвистические 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			
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:

основные принципы формирования системы средств массовой информации, иметь представление о современном состоянии системы СМИ России с точки зрения ее структуры, организационных форм

#### Уметь:

систематизировать СМИ, дифференцированность и интегрированность СМИ, системные факторы, воздействующие на эти процессы; основные подсистемы в СМИ: техническая, экономическая, редакционная, информационная, аудиторная, их

характеристика; функции и структура системы СМИ и характер их взаимодействия; организация СМИ как организованность системы и как организационный процесс
<b>Владеть:</b>
представлением о производственном процессе выпуска печатного издания, интернет-СМИ, теле- или радиопрограммы