

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 07.12.2023 15:04:39

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Креатив в коммуникационных технологиях

Закреплена за кафедрой **Русский язык и культура речи**

Учебный план z42.04.02.02\_1.plx

Форма обучения **заочная**

## Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	123	123	123	123
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	изучить креатив в системе коммуникационного маркетинга как продукт, обладающий признаками новизны, необычности, оригинальности, как процесс создания маркетингово-коммуникационного продукта, как функцию рекламного (маркетингово-коммуникационного) агентства, как вид маркетингово-коммуникационной деятельности, овладеть приемами создания креативных маркетинговых коммуникаций и методами стимулирования креативной деятельности
1.2	Задачи:
1.3	описать этапы креативной деятельности;
1.4	изучить креативные элементы в коммуникационном пространстве;
1.5	дать классификацию креатива; дать понятия «рекламной стратегия», «рекламная идея», «рекламная концепция», «рекламная политика» «инсайт».

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

**ПК-1:** Способен создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов

**ПК-3:** Способен осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

### Знать:

сущность текста и медиатекста, его типа в сфере функционирования «массовая коммуникация», основные единицы, категории медиатекста и механизмы его образования (построения) в сравнении с текстом других сфер (соотнесено с индикатором ПК-1.1);

связи информации и функционально-смысловых типов речи; типы и разновидности медиатекста(соотнесено с индикатором ПК-3.1)

### Уметь:

различать способы представления новостной информации в различных речевых жанрах(соотнесено с индикатором ПК-1.2); анализировать тенденции развития медийных коммуникаций в условиях общественной трансформации, организовывать работу пресс-службы в различных сферах общественной жизни, осуществлять разработку концепции медиапроекта в сфере связей с общественностью(соотнесено с индикатором ПК-3.2)

**Владеть:**

основными единицами, категориями медиатекста и механизмами его образования (построения) в сравнении с текстом других сфер; типами и разновидностями, жанра медиатекста(соотнесено с индикатором ПК-1.3); типами и разновидностями, жанрами медиатекста(соотнесено с индикатором ПК-3.3)