

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И КОПИРАЙТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Речевая коммуникация и копирайтинг в рекламе и связях с общественностью» являются: формирование, расширение и углубление знаний студентов о рекламе и связях с общественностью как особой сфере практической деятельности, продуктом которой являются словесные произведения (тексты); формирование умений написания текстов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также навыков анализа рекламных и имиджевых текстов в СМИ
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	4 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-2
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единицы, 216 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>Тема1 Речевая коммуникация в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Тема2 Вербальная и невербальная коммуникация в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Тема 3 Особенности речевой коммуникации в рекламе</p> <p>Тема 4 Особенности речевой коммуникации в связях с общественностью</p> <p>Тема 5 Устный и письменный текст</p> <p>Тема 6Методика разработки идей текстовых тем рекламных материалов</p> <p>Тема 7Символ и значение в рекламном тексте</p> <p>Тема 8 Рекламный текст как разновидность современного мифа</p> <p>Тема 9 Слоган как рекламная константа</p> <p>Тема10 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Тема11 Письменный текст как ключевая категория в копирайтинге</p> <p>Тема 12Типологические и сущностные признаки PR-текста</p> <p>Тема 13Исследовательско-новостные и фактологические</p>

Наименование дисциплины	РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И КОПИРАЙТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
	жанры PR-текста Тема 14 Оперативно-новостные жанры PR-текста Тема 15 Исследовательские и образно-новостные жанры PR-текста Тема 16 Особенности письменного рекламного текста Тема 17 Структурно-содержательные характеристики рекламного текста Тема 18 Специфика языка рекламных заголовков
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен