

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	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 (модуля)	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 (модули). Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6; ОПК-1; ПК-2
Трудоемкость дисциплины	Общая Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы, 216 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема1 Речевая коммуникация в рекламе и связях с общественностью Тема2 Вербальная и невербальная коммуникация в рекламе и связях с общественностью Тема 3 Особенности речевой коммуникации в рекламе Тема 4 Особенности речевой коммуникации в связях с общественностью Тема 5 Устный и письменный текст Тема 6Методика разработки идей текстовых тем рекламных материалов Тема 7Символ и значение в рекламном тексте Тема 8 Рекламный текст как разновидность современного мифа Тема 9 Слоган как рекламная константа Тема10 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью Тема11 Письменный текст как ключевая категория в копирайтинге Тема 12Типологические и сущностные признаки PR-текста

Наименование дисциплины (модуля)	РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И КОПИРАЙТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
	<p>Тема 13 Исследовательско-новостные и фактологические жанры PR-текста</p> <p>Тема 14 Оперативно-новостные жанры PR-текста</p> <p>Тема 15 Исследовательские и образно-новостные жанры PR-текста</p> <p>Тема 16 Особенности письменного рекламного текста</p> <p>Тема 17 Структурно-содержательные характеристики рекламного текста</p> <p>Тема 18 Специфика языка рекламных заголовков</p>
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен