

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	УК-6; ОПК-1; ПК-2
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единиц, 216 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>Тема 1. Речевая коммуникация в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>Тема 2. Вербальная и невербальная коммуникация в</p> <p>Тема 3. Особенности речевой коммуникации в рекламе. Тема 4. Особенности речевой коммуникации в связях с общественностью.</p> <p>Тема 5. Устный и письменный текст.</p> <p>Тема 6. Методика разработки идей текстовых тем рекламных материалов.</p> <p>Тема 7. Символ 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>Тема 10. Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>Тема 11. Письменный текст как ключевая категория в копирайтинге.</p> <p>Тема 12. Типологические и сущностные признаки PR-текста.</p> <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</p>

	<p>PR-текста. Тема 16. Особенности письменного рекламного текста. Тема 17. Структурно-содержательные характеристики рекламного текста. Тема 18. Специфика языка рекламных заголовков.</p>
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен