

## 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 дисциплины 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	6 зачетных единицы, 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 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 6 Методика разработки идей текстовых тем рекламных и PR-материалов</p> <p>Тема 7 Символ и значение в рекламном и PR-тексте</p> <p>Тема 8 Рекламный текст как разновидность современного мифа</p> <p>Тема 9 Копирайтинг в рекламной коммуникации</p> <p>Тема 10 Копирайтинг в 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</p>

	<p>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 заголовков в рекламе и связях с общественностью.</p>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p>	<p>Экзамен</p>