**АННОТАЦИЯ**

**учебной дисциплины «Письменные коммуникации: практикум»**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 1-ый семестр 4-го года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Письменные коммуникации: практикум» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Письменные коммуникации: практикум» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Работа с текстами в PR и рекламе», Семиотика рекламы и связей с общественностью» и «SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности». Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено проведение всех занятий (практических) в компьютерном классе, с возможностью выхода на различные сервисы сети Интернет.

Основная **цель** дисциплины «Письменные коммуникации: практикум» - формирование ключевых компетенций бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», необходимых для осуществления письменных коммуникаций в сфере PR и рекламы с представителями государственных структур федерального, регионального и местного уровней, органами самоуправления, а также негосударственными, общественными и коммерческими учреждениями и организациями, широкими потребительскими аудиториями.

**Задачи** дисциплины «Письменные коммуникации: практикум» заключаются:

• в знании студентами особенностей письменных коммуникаций как инструмента менеджмента и маркетинга в сфере рекламы и связей с общественностью;

• в содействии освоению студентами технологий осуществления письменных коммуникаций в пространстве социальных коммуникаций, в том числе технологий защиты информации в сети Интернет;

• в обучении студентов практическим навыкам осуществления письменных коммуникаций, включая навыки литературного редактирования, копирайтинга.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся работать с текстами в области рекламы и связей с общественностью, а также для прохождения всех видов производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

* ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;
* СПК-9 – владение технологиями защиты информации в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

***Форма итогового контроля:***дифференцированный зачет.