**АННОТАЦИЯ**

**Учебной дисциплины «Работа с текстами в PR и рекламе»**

**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-й и 2-й семестры 3-го года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Работа с текстами в PR и рекламе» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Работа с текстами в PR и рекламе» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Дизайн в PR и рекламе», «Основы компьютерного дизайна: практикум», «Письменные коммуникации: Практикум», «Семиотика рекламы и связей с общественностью», «Выборные технологии» и ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к работе с рекламными и PR текстами.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 5 зачетных единиц (180 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. При изучении дисциплины предусмотрено проведение практических занятий в компьютерном классе, с возможностью выхода на различные сервисы сети Интернет.

Основная **цель** дисциплины «Работа с текстами в PR и рекламе» состоит в формировании у студентов целостной и взаимосвязанной системы представлений о принципах и механизмах создания текстов рекламы и связей с общественностью; навыках литературного редактирования и копирайтинга.

**Задачи** дисциплины «Работа с текстами в PR и рекламе»:

1. ознакомить студентов с общетеоретическими вопросами по тематике курса, технологиями создания рекламного и PR-текста;
2. сформировать представления о коммуникативной природе, композиционной и коммуникативно-функциональной структуре рекламного и PR-текста;
3. дать характеристику жанровым формам современного рекламного дискурса, языковым стилистическим приемам, используемым в рекламе;
4. ознакомить студентов с современной системой жанров PR-текста, с актуальными подходами к созданию информационных, аналитических, имиджевых и презентационных текстов;
5. сформировать навыки написания рекламных и PR-текстов, в том числе в рамках подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

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 выполнения выпускной квалификационной работы.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

* ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;
* ПК-16 – способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

**Форма итогового контроля:** зачет и экзамен.