

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «РЕКЛАМА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»

#### Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Реклама: теория и практика» является формирование у студентов знаний теории, истории и практики рекламы, типологии каналов передачи рекламного сообщения и основных приемов создания медиатекстов в соответствии с нормами языка, а также освоение практических навыков использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов.

#### Задачи изучения дисциплины:

- освоение основ теории, истории и практики рекламы;
- ознакомление с терминологической базой рекламы;
- изучение особенностей видов рекламы и каналов передачи рекламного сообщения;
- изучение основных приемов написания медиатекстов;
- формирование профессиональных навыков в области рекламы.

#### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<b>ОПК-1</b> Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИОПК 1.1 Имеет представление об особенностях знаковых систем ИОПК 1.2 Создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка ИОПК 1.3 Создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами иностранного языка	<b>Знать:</b> основы истории, теории и практики рекламы. <b>Уметь:</b> применять знания основ истории, теории и практики рекламы; анализировать медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты на соответствие с нормами языка и правилами построения материала. <b>Владеть:</b> навыками создания медиатекстов и коммуникационных продуктов для различных каналов распространения в соответствии с нормами языка и правилами построения материала.

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<b>ОПК-3</b> Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК 3.1 Имеет представление о многообразии достижений отечественной и мировой культуры ИОПК 3.2 Использует достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>Знать:</b> специфику использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания рекламного текста. <b>Уметь:</b> определять наиболее подходящие ценности и культурные образы при создании медиатекстов или медиапродуктов. <b>Владеть:</b> навыками использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и коммуникационных продуктов.

### Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Теоретические основы рекламы
Тема 2. Правовое регулирование рекламной деятельности
Тема 3. Типология рекламы и каналов распространения рекламных сообщений
Тема 4. Особенности использования достижений культуры в рекламе
Тема 5. Особенности создания рекламного сообщения

**Форма контроля – экзамен.**