

Аннотация дисциплины Б.1.2.3 Дисциплина. Речевая коммуникация в рекламе и масс-медиа

Дисциплина "Речевая коммуникация в рекламе и масс-медиа" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Информационные системы и технологии в цифровых масс-медиа, рекламе и контент-маркетинге" направления подготовки "09.03.02 Информационные системы и технологии".

Дисциплина изучается в 3 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 180/5 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме экзамен.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-2 Способен к эффективному управлению работой с персоналом, к повышению профессионализма персонала, к организации эффективного взаимодействия в области рекламы и масс-медиа
2. УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Роль и место копирайтинга в рекламных коммуникациях. Междисциплинарный характер копирайтинга. Взаимодействие копирайтеров и арт-директоров в рамках креативного отдела рекламного агентства. Мировой и отечественный опыт копирайтинга. Тенденции развития профессии.
2. Рекламные форматы в деятельности копирайтера

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, исследовательские, лекционные занятия, практические занятия.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, деловая игра, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, проблемная лекция, ролевая игра.