

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 03.10.2023 16:07:17
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:

Брызгалова Е.Н.


ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ
ФАКУЛЬТЕТ
Тверской государственной
университет
2023 г.

Аннотация дисциплины

Технологии аргументации в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 2 курса очной формы обучения

Составитель: к.ф.н., доцент Бойников А.М.



I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Изучение дисциплины направлено на освоение методов исследования, в данном случае лингвистических, с помощью которых будущий специалист в области рекламы и связей с общественностью сможет лучше понимать язык и речь целевой аудитории, а также создавать рекламные и PR-тексты на одном с целевой аудиторией языке, адекватнее интерпретировать содержание и смысл коммуникации.

Целью освоения дисциплины является изучение студентами основных положений теории и практики аргументации в рекламе и связях с общественностью, использование полученных знаний, умений и навыков при создании эффективных рекламных и PR-текстов.

Задачами освоения дисциплины являются:

- дать систематизированное описание основных положений теории аргументации;
- изучение специфических особенностей аргументации в рекламе и PR;
- получение знания о структуре логического доказательства;
- изучение сущности, коммуникативных стратегий, способов, типов и видов аргументации;
- выработка у студентов навыков построения механизма убеждения при рекламной и PR-аргументации;
- выработка у студентов навыков создания эффективного рекламного и PR-текста.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Данная учебная дисциплина входит в учебном плане в часть, формируемую участниками образовательных отношений. Дисциплина является частью системы дисциплин, формирующих профессиональные компетенции.

Содержательно она закладывает основы знаний для последующего освоения дисциплин: мастер-класс «Проектирование в рекламе и СО», «Разработка и технологии производства коммуникативного продукта», мастер-класс «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью», «Технологии управления общественным мнением» и др.

Эффективному изучению данной дисциплины предшествует освоение курсов: «Русский язык и культура речи», «Введение в профессию», «Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью».

Для успешного освоения дисциплины в качестве уровня начальной подготовки обучающийся должен:

- знать русский язык, основы обществознания и иные общеобразовательных дисциплины;
- иметь сформированное целостное представление о картине мира и собственную мировоззренческую позицию;
- умение самостоятельно мыслить, критически относиться к высказываниям других;
- анализировать явления общественной практики и возникающие в связи с ними социальные отношения;
- способность выражать и отстаивать своё мнение.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- взаимосвязь мышления с языком и роль последнего в мыслительных процедурах;
- о социолингвистических и лингвопсихологических методах исследования и создания текстов рекламы и связей с общественностью;
- о законах и правилах интерпретации и понимания текстов рекламы и связей с общественностью;
- о лингвистических методах исследования целевой аудитории.

Уметь:

- выявлять закономерности в основе изучаемых наук;
- ориентироваться и пользоваться различными информационными источниками для получения новых знаний;
- определять по тексту социальные характеристики его автора: видеть социальные индикаторы, маркеры и социально-языковые стереотипы различать уровни и аспекты информации в тексте;
- создавать с помощью методов аргументации тексты рекламы и СО;
- определять по тексту психологический и коммуникативный тип личности коммуникантов;
- создавать тексты с ориентацией на конкретный психологический и коммуникативный тип личности.

Владеть:

- первичными навыками работы с текстами рекламы и СО;
- навыками применять полученные знания по технологиям аргументациям в рекламе и СО;
- навыками создания эффективных аргументированных текстов.

3. Объём дисциплины:

Объём дисциплины: 3 зачётные единицы, 108 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 17 часов, практические занятия 34 часа,

контактная внеаудиторная работа: контроль самостоятельной работы 0, в том числе курсовая работа 0;

самостоятельная работа: 57 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учётом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.1. Создаёт тексты рекламы и связей с общественностью с учётом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-3.3. Создаёт основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – зачёт, 3 семестр.

6. Язык преподавания русский.