

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 31.05.2024 12:06:45

Уникальный программный ключ:

d72783628b71d87e79b46e849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины

Спичрайтинг

Содержание дисциплины

Спичрайтинг как продукт информационного общества. Понятие спичрайтинга. Сферы, в которых используется спичрайтинг. Зарубежные авторы о спичрайтинге. Необходимость спичрайтинговых услуг в России. Спичрайтинг как новое направление в сетевой экономике. Спичрайтинг в сфере PR.

Правовые основы и этические нормы спичрайтинговой деятельности. Современные спичрайтинговые технологии. Обзор спичрайтинговых технологий. Спонсоринг и фандрайзинг как спичрайтинговые технологии в некоммерческой деятельности.

Виды публичной речи. Информационная речь. Убеждающая речь. Специальная речь. Протокольная речь. Жанры PR-текстов. Внутренние PR-тексты. Внешние PR-тексты.

Подготовка и реализация публичных выступлений. Схемы подготовки к публичному выступлению. Написание текста публичного выступления. Организация устного публичного выступления.

Анализ современных спичрайтинговых продуктов. Устные и письменные речи в политике. Устные и письменные речи в бизнесе. Речевая культура речи оратора. Искусство мыслить образами. Сценический имидж оратора.

Подготовка презентаций. Виды презентаций (Microsoft PowerPoint). Разбор речи, знаменитой всему миру (речь А. Гитлера, речь И. Сталина, речь Б. Обамы, речь В. Путина).

Результаты освоения дисциплины

Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта.

Трудоемкость, з.е.

3 з.е.

Формы отчетности

Зачет с оценкой и курсовой проект в 6 семестре

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата : [для студентов вузов, обучающихся по эконом.игуманит. напр.] / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2018. – 198 с. – (Бакалавр.Академический курс). – Гриф: Рек. УМО. – Библиогр.: с. 191-194. – ISBN 978-5-534-08991-2
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2018. – 110 с. – (Университеты России). – Библиогр.: с. 104-109. – ISBN 978-5-534-09415-2

Дополнительная литература

1. Ежова, Е.Н. Лингвистика рекламного текста / Е.Н. Ежова ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь :

	СКФУ, 2018. – 211 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562842 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9296-0937-4. 2. Маркина, К. Н. Семиотика рекламы [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс дисциплины : Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» : квалификация выпускника – Бакалавр : учебное электронное издание / К. Н. Маркина ; Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов». – СПб. : СПбГУП, 2013. – 1 электрон.опт. диск (CD-ROM). 3. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст [Электронный ресурс]: основы редактирования. Учебное пособие для студентов вузов/ Иншакова Н.Г.— Электрон.текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2014.— 256 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21069.— ЭБС «IPRbooks»
--	---