

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о государственном аккредитованном некоммерческом частном образовательном учреждении высшего образования

ФИО: Агабеян Раиса Левоновна

образования

Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

Дата подписания: 28.09.2023 12:55:49

(г. Краснодар)

Уникальный программный ключ:

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,

доцент Севрюгина Н.И.

17 апреля 2023

Б1.О.01.07

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЙ МОДУЛЬ

Политология

Анотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций
Учебный план	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	заочная
Программу составил(и):	дфн, профессор, Петров И.Ф.

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс Вид занятий	2		3		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	2	2	6	6	8	8
Практические			10	10	10	10
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)			0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	2	2	16	16	18	18
Контактная работа	2	2	16,3	16,3	18,3	18,3
Сам. работа	34	34	83	83	117	117
Часы на контроль			8,7	8,7	8,7	8,7
Итого	36	36	108	108	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью изучения дисциплины «Политология» является формирование у студентов системных знаний о политической сфере общественной жизни, о механизме реализации властных решений, о политических системах и режимах, о политической культуре, многообразии интересов социальных, этнических, конфессиональных групп, о демократии и ее основных принципах, в частности плюрализме и толерантности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.О.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	История (история России, всеобщая история)	
2.1.2	Психология	
2.1.3	Экономическая теория	
2.1.4	Культурология	
2.1.5	История мировой литературы и искусства	
2.1.6	Введение в коммуникационные специальности	
2.1.7	Философия	
2.1.8	Социология	
2.1.9	Профессиональная этика	
2.1.10	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы	
2.1.11	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	
2.1.12	Правоведение	
2.1.13	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации	
2.1.14	Теория и практика связей с общественностью	
2.1.15	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы	
2.1.16	Теория и практика рекламы	
2.1.17	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	
2.1.18	Правоведение	
2.1.19	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации	
2.1.20	Введение в коммуникационные специальности	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Интегрированные коммуникации	
2.2.2	Логика	
2.2.3	Конфликтология	
2.2.4	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	
2.2.5	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы	
2.2.6	Теория и практика рекламы	
2.2.7	Теория и практика связей с общественностью	
2.2.8	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	
2.2.9	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	
2.2.10	Производственная практика: профессионально-творческая практика	
2.2.11	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ПК-2: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)

ПК-2.1: Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Знать:

Удовлетворительно знает как создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов

коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Отлично умеет профессионально действовать в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть:
Удовлетворительно владеет навыками профессионального действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Хорошо владеет навыками профессионального действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Отлично владеет навыками профессионального действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
Удовлетворительно знает как создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Удовлетворительно знает как создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	
Удовлетворительно знает как создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	
Удовлетворительно знает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Удовлетворительно знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	
Удовлетворительно знает свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
3.2	Уметь:
Удовлетворительно умеет создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Удовлетворительно умеет создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	
Удовлетворительно умеет создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	
Удовлетворительно умеет владеть инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Удовлетворительно умеет классифицировать политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	
Удовлетворительно умеет профессионально действовать в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
3.3	Владеть:
Удовлетворительно владеет методикой создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Удовлетворительно владеет методикой создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	
Удовлетворительно владеет методикой создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	
Удовлетворительно владеет инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Удовлетворительно владеет совокупностью политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	
Удовлетворительно владеет навыками профессионального действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	