

Документ подписан простой электронной подписью

Информационно-образовательное государственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

образования

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

Дата подписания: 28.09.2023 12:56:16

(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.05.01

МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

Введение в коммуникационные специальности

Анотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

| | |
|------------------------|---|
| Закреплена за кафедрой | Кафедра рекламы и дизайна |
| Учебный план | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Квалификация | бакалавр |
| Форма обучения | заочная |
| Программу составил(и): | кфн, доцент кафедры рекламы и дизайна, Немец Георгий Николаевич |

Распределение часов дисциплины по курсам

| Курс Вид занятий | 1 | | Итого | |
|--|------|------|-------|------|
| | уп | рп | | |
| Лекции | 8 | 8 | 8 | 8 |
| Практические | 6 | 6 | 6 | 6 |
| Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий) | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 |
| В том числе инт. | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Итого ауд. | 14 | 14 | 14 | 14 |
| Контактная работа | 14,3 | 14,3 | 14,3 | 14,3 |
| Сам. работа | 85 | 85 | 85 | 85 |
| Часы на контроль | 8,7 | 8,7 | 8,7 | 8,7 |
| Итого | 108 | 108 | 108 | 108 |

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|-----|---|
| 1.1 | – формирование среди студентов первоначальных представлений о PR- деятельности и рекламе как объектах изучения и начальная подготовка обучающихся к практической деятельности в профессиональной сфере. |
|-----|---|

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

| | |
|--------------------|--|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.О.05 |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: |
| 2.1.1 | Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации |
| 2.1.2 | Психология |
| 2.1.3 | Экономическая теория |
| 2.2 | Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |
| 2.2.1 | Социология |
| 2.2.2 | Теория и практика рекламы |
| 2.2.3 | Теория и практика связей с общественностью |
| 2.2.4 | Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика |
| 2.2.5 | Правоведение |
| 2.2.6 | Политология |
| 2.2.7 | Социальная психология |
| 2.2.8 | Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы |
| 2.2.9 | Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы |
| 2.2.10 | Социология рекламы и связей с общественностью |
| 2.2.11 | Психология рекламы и связей с общественностью |
| 2.2.12 | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |
| 2.2.13 | Производственная практика: преддипломная практика |
| 2.2.14 | Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации |

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

ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

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

Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)

ОПК-5.1: Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Знать:

совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на региональном уровне

совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на национальном и региональном уровнях

совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Уметь:

применять в профессиональной деятельности сведения о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на региональном уровне

применять в профессиональной деятельности сведения о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на национальном и региональном уровнях

применять в профессиональной деятельности сведения о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Владеть:

навыками применения в профессиональной деятельности сведений о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на региональном уровне

навыками применения в профессиональной деятельности сведений о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на национальном уровне

| |
|---|
| и региональном уровнях |
| навыками применения в профессиональной деятельности сведений о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях |
| ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |
| Знать: |
| специфику коммуникационных процессов |
| специфику механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |
| порядок действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |
| Уметь: |
| применять в профессиональной деятельности знания специфики коммуникационных процессов |
| применять в профессиональной деятельности знания специфики механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |
| применять в профессиональной деятельности порядок действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |
| Владеть: |
| навыками применения в профессиональной деятельности знаний специфики коммуникационных процессов |
| навыками применения в профессиональной деятельности знаний специфики механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |
| осуществления профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |
| ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп |
| Знать: |
| понятие социологических данных |
| понятие запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп |
| специфику соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп |
| Уметь: |
| применять понятие социологических данных |
| применять понятие запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп |
| соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп |
| Владеть: |
| навыками работы с социологическими данными |
| навыками работы с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп |
| навыками соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп |
| ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| Знать: |
| основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности |
| основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| Уметь: |
| применять основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности |
| применять основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| применять основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| Владеть: |

| |
|--|
| навыками применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности |
| навыками применения основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| навыками применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

| | |
|---|-----------------|
| 3.1 | Знать: |
| совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на региональном уровне | |
| специфику коммуникационных процессов | |
| понятие социологических данных | |
| основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности | |
| 3.2 | Уметь: |
| применять в профессиональной деятельности сведения о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на региональном уровне | |
| применять в профессиональной деятельности знания специфики коммуникационных процессов | |
| применять понятие социологических данных | |
| применять основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности | |
| 3.3 | Владеть: |
| навыками применения в профессиональной деятельности сведений о совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на региональном уровне | |
| навыками применения в профессиональной деятельности знаний специфики коммуникационных процессов | |
| навыками работы с социологическими данными | |
| навыками применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности | |