

Документ подписан простой электронной подписью

Информационное 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 12:55:55

(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.05.05

МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

Теория и практика медиакоммуникаций

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 Чумичева Нелли Викторовна

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс Вид занятий	2		3		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	8	8	4	4	12	12
Практические	8	8	8	8	16	16
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,2	0,2	0,3	0,3	0,5	0,5
В том числе в форме практ.подготовки	2	2	2	2	4	4
Итого ауд.	16	16	12	12	28	28
Контактная работа	16,2	16,2	12,3	12,3	28,5	28,5
Сам. работа	88	88	87	87	175	175
Часы на контроль	3,8	3,8	8,7	8,7	12,5	12,5
Итого	108	108	108	108	216	216

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать у студентов системное представление о современных теоретических подходах к изучению массовой коммуникации, развивать культурную восприимчивость, способности к правильной интерпретации различных видов коммуникативного поведения на основе инструментов и приемов анализа культур, формировать умения и навыки применения полученных знаний в поликультурной среде.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.05
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Русский язык и культура речи
2.1.2	Теория и практика рекламы
2.1.3	Иностранный язык
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы
2.2.2	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.2.3	Производственная практика: профессионально-творческая практика
2.2.4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.5	Производственная практика: преддипломная практика

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

ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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:

особенности текстов рекламы и связей с общественностью

особенности каналов коммуникации

особенности текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Уметь:

применять в профессиональной деятельности особенности текстов рекламы и связей с общественностью

определять особенности каналов коммуникации

применять особенности текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Владеть:

навыками применения в профессиональной деятельности особенностей текстов рекламы и связей с общественностью

навыками определения особенностей каналов коммуникации

навыками применения в профессиональной деятельности особенностей текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.2: Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

Знать:

понятие информационных поводов

специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, специфику применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта

Уметь:

применять понятие информационных поводов

применять специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

учитывать в профессиональной деятельности специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, специфику применения творческих решений с учетом мирового и отечественного

опыта
Владеть:
навыками разработки информационных поводов
навыками применения специфики информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
навыками разработки информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта
ПК-2.3: Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
Знать:
основы сценариев специальных событий
основы сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
Уметь:
применять в профессиональной деятельности основы сценариев специальных событий
применять в профессиональной деятельности основы сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
применять в профессиональной деятельности основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
Владеть:
навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев специальных событий
навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
ПК-2.4: Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Знать:
понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности
инструменты взаимодействия с целевыми группами общественности
инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Уметь:
применять понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности
применять инструменты взаимодействия с целевыми группами общественности
применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Владеть:
навыками применения понятия миссии и философии организации, понятия целевых групп общественности
навыками применения инструментов взаимодействия с целевыми группами общественности
навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
ОПК-1.1: Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Знать:
отличительные особенности медиатекстов,
отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов
отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Уметь:
выявлять отличительные особенности медиатекстов,
выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов
выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Владеть:
навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов,
навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов
навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

ОПК-1.2: Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать:
специфику текстов рекламы и связей с общественностью
нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем
специфику текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Уметь:
выявлять специфику текстов рекламы и связей с общественностью
применять в профессиональной деятельности нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем
применять специфику текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Владеть:
навыками выявления специфики текстов рекламы и связей с общественностью
навыками применения в профессиональной деятельности норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
навыками применения в профессиональной деятельности специфики текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
	особенности текстов рекламы и связей с общественностью
	понятие информационных поводов
	основы сценариев специальных событий
	понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности
	отличительные особенности медиатекстов,
	специфику текстов рекламы и связей с общественностью
3.2	Уметь:
	применять в профессиональной деятельности особенности текстов рекламы и связей с общественностью
	применять понятие информационных поводов
	применять в профессиональной деятельности основы сценариев специальных событий
	применять понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности
	выявлять отличительные особенности медиатекстов,
	выявлять специфику текстов рекламы и связей с общественностью
3.3	Владеть:
	навыками применения в профессиональной деятельности особенностей текстов рекламы и связей с общественностью
	навыками разработки информационных поводов
	навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев специальных событий
	навыками применения понятия миссии и философии организации, понятия целевых групп общественности
	навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов,
	навыками выявления специфики текстов рекламы и связей с общественностью