

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования  
Информация о владельце: (г. Краснодар)  
ФИО: Агабекян Раиса Левковна «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»  
Должность: ректор (г. Краснодар)  
Дата подписания: 01.04.2024 08:16:18 (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)  
Уникальный программный ключ:  
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе,  
доцент Севрюгина Н.И.  
25.12.2023

**Б1.О.05.01**  
**МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ**  
**ПОДГОТОВКИ**  
**Введение в коммуникационные специальности**

**Аннотация 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 **очная**  
Программу составил(и): кфн, доцент кафедры рекламы и дизайна, Петракова Анна Сергеевна

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,3	0,3	0,3	0,3
Консультации перед экзаменом	1		1	
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	49,3	49,3	49,3	49,3
Сам. работа	24	24	24	24
Часы на контроль	34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	108	108	108	108

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
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
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации
2.1.2	Психология
2.1.3	Экономическая теория
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
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

## 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 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
<b>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</b>
<b>Знать:</b>
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
<b>Уметь:</b>
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
<b>Владеть:</b>
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
<b>ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</b>
<b>Знать:</b>
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
<b>Уметь:</b>
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
<b>Владеть:</b>
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
<b>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</b>
<b>Знать:</b>
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
<b>Уметь:</b>
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
<b>Владеть:</b>
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**

<b>3.1 Знать:</b>
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
<b>3.2 Уметь:</b>
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
<b>3.3 Владеть:</b>
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