

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
Информация о владельце: **«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»**
ФИО: Агабекян Раиса Левониковна (г. Краснодар)
Должность: ректор (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
Дата подписания: 01.04.2024 14:15:31
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

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

Б1.О.01.07
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЙ МОДУЛЬ
Политология

Аннотация 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 **очная**
Программу составил(и): дфн, профессор, Петров И.Ф.

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
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.	64	64	64	64
Контактная работа	65,3	65,3	65,3	65,3
Сам. работа	44	44	44	44
Часы на контроль	34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	144	144	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	

Хорошо умеет владеть инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Отлично умеет владеть инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Владеть:
Удовлетворительно владеет инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Хорошо владеет инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Отлично владеет инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

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 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
Удовлетворительно знает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
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 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
Удовлетворительно умеет владеть инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
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- кампаний
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
Удовлетворительно владеет инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде