

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.08.2022 10:18:53

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f415362ffa0de157ef3a19

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра истории России

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины История (история России, всеобщая история)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Семинарские занятия	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	18	18	18	18
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью изучения дисциплины «История (история России, всеобщая история)» является формирование у обучающихся целостного представления о содержании, основных этапах и тенденциях исторического развития России и мира, умения применять исторические знания при анализе общественно-политических явлений, гражданской зрелости, чувства патриотизма, общекультурных компетенций, необходимых для осуществления будущей профессиональной деятельности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Знать:

основные этапы, тенденции и особенности мирового исторического процесса.

Уметь:

выявлять и обосновывать значимость исторических знаний для анализа и объективной оценки фактов и явлений отечественной и мировой истории.

Владеть:

навыками аргументации, ведения дискуссии по ключевым проблемам отечественной истории, способностью выражать собственную мировоззренческую и гражданскую позицию.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра философии

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Философия

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Семинарские занятия	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	18	18	18	18
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование способности самостоятельного анализа и осмысления принципиальных мировоззренческих вопросов; воспитание потребности разобраться в глубинных основах природного и социального бытия, приобретение знаний и умений по осмыслению важнейших тем и значения философии, формирование общекультурных и профессиональных компетенций.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Знать:

теоретические подходы к анализу культуры и общества, факторы, влияющие на становление и развитие культуры; системообразующие институты общественной жизни, принципы дискуссионного обсуждения вопросов мировоззренческого, методологического и конкретно-научного характера

Уметь:

обосновать культуру как специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, своеобразие исторически конкретных форм этой жизнедеятельности; выявить роль и значение национальной культуры в формировании мировоззрения человека

Владеть:

готовностью применять системный подход при выявлении типов и видов социальных общностей, аксиологический подход при анализе особенностей и традиций различных культур

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра иностранных языков и профессиональной коммуникации

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Иностранный язык

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 9 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 4

зачет(ы) 1, 2, 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		2 (1.2)		3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
Неделя	18		17		18		15			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Практические	36	36	36	36	36	36	30	30	138	138
Итого ауд.	36	36	36	36	36	36	30	30	138	138
Контактная работа	36	36	36	36	36	36	30	30	138	138
Сам. работа	36	36	36	36	36	36	42	42	150	150
Часы на контроль							36	36	36	36
Итого	72	72	72	72	72	72	108	108	324	324

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Развитие способности деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранных языках.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

основные технологии и функциональные особенности коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.

Уметь:

осуществлять устную и письменную деловую коммуникацию на иностранном языке и принимать участие в диалоге культур.

Владеть:

навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра медико-биологических дисциплин, оздоровительной и адаптивной физической культуры

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Безопасность жизнедеятельности

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

Знать:

теоретические основы безопасности жизнедеятельности при ЧС

Уметь:

принимать решения по целесообразным действиям в ЧС

Владеть:

приемами и способами использования индивидуальных средств защиты в ЧС

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра медико-биологических дисциплин, оздоровительной и адаптивной физической культуры

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Физическая культура и спорт

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование систематизированных знаний в области физической культуры и спорта и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Знать:

Роль и значение занятий физическими упражнениями, формы организации занятий, основные методики развития физических качеств, гигиенические требования и правила техники безопасности при проведении занятий, основную направленность и содержание оздоровительных систем физического воспитания и спортивной подготовки для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Уметь:

выполнять упражнения утренней гигиенической гимнастики, общеразвивающие и специальные упражнения, контролировать и регулировать величину физической нагрузки самостоятельных занятий физическими упражнениями, составлять индивидуальные программы физического самосовершенствования различной направленности, соблюдать безопасность при выполнении физических упражнений для поддержания должного уровня физической подготовленности

Владеть:

Навыками использования физических упражнений, методиками самоконтроля и регулирования величины физической нагрузки с целью поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра экономики и учета

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Экономика

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
Неделя	17			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование у обучающихся знаний базовых экономических категорий, умения выявлять устойчивые взаимосвязи и тенденции в разнообразных экономических явлениях на микро- и макроуровне; теоретическое освоение обучающимися основных экономических показателей, современных экономических концепций и моделей; приобретение практических навыков анализа действий экономических агентов рыночной экономики; формирование понимания содержания и сущности мероприятий в области фискальной, денежно-кредитной и инвестиционной политики, политики экономического роста, занятости, доходов и т. п.; развитие умений анализа экономических проблем России; воспитание экономической культуры и навыков поведения в условиях рыночной экономики
1.2	готовность к профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

Знать:

сущность и значение основ экономических знаний с учетом тенденций развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира

содержание целей, задач и законов рыночной экономики исходя из политических и экономических механизмов функционирования медиа коммуникационных систем

основные черты рыночной экономики и закономерности экономического развития на основе правовых и этических норм регулирования медиа коммуникационных систем

Уметь:

определять круг задач макро и микро уровней в экономике страны исходя из политических и экономических механизмов функционирования медиа коммуникационных систем

применять знания основ экономической науки в сфере рекламы и связей с общественностью

понимать экономические процессы происходящие и микро и макроэкономике страны с учетом функционирования правовых и этических норм регулирования медиа коммуникационных систем

Владеть:

навыками использования основ экономических знаний в профессиональной деятельности

построения классификаций различных экономических объектов, элементов и процессов для использования в профессиональной деятельности с учетом тенденций развития медиа коммуникационных систем

навыками в обобщении и изложении материала основ экономической науки с учетом правовых и этических норм регулирования медиа коммуникационных систем региона, страны и мира

УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности**Знать:**

Уметь:

Владеть:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и истории государства и права

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Основы права

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины «Основы права» является приобретение обучающимися обязательного минимума знаний, умений, навыков и компетенций в сфере отечественного законодательства.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

Знать:

основы теории права, структурные элементы системы права, основные отрасли российского права, основные права и свободы человека и гражданина, а также правовые нормы регулирования взаимодействия с медиа коммуникационными системами региона, страны и мира необходимые для осуществления профессиональной деятельности.

Уметь:

применять нормы права, регулирующие профессиональную деятельность, для решения задач связанных с политическими и экономическими механизмами функционирования медиа коммуникационных систем

Владеть:

Навыками определять направления деятельности в рамках медиа коммуникационных систем электронно-сетевого характера, исходя из действующих правовых норм.

УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению**Знать:****Уметь:****Владеть:**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра компьютерных технологий и информатизации образования

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Компьютерные технологии и информатика

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Лабораторные	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Приобретение систематических знаний и умений в области первоначальных основ информатики (хранение, передача и обработка информации текстовой числовой и графической), формирование общекультурных и профессиональных компетенций.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Знать:

основные области применения компьютерных технологий; понятие информации, свойства информации, виды информации
виды системного и прикладного программного обеспечения

основные принципы организации и функционирования компьютерной системы; основные сервисы сети Интернет

Уметь:

организовывать познавательную и самостоятельную деятельность; использовать знания по теории информации при решении задач

использовать технологию обработки текстовой, табличной, графической информации; создавать и редактировать основные объекты базы данных

применять знания архитектуры и функционирования компьютерной системы в прикладной области; уметь организовывать поиск и безопасную работу в Интернет

Владеть:

применением средств обработки информации

автоматизацией работы с информацией; преобразованием информации

применением средств обработки информации; организацией оптимального поиска в сетевых банках данных

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Введение в теорию коммуникации

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	18	18	18	18
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения учебной дисциплины - дать основы коммуникативного знания, рассмотреть вопросы методологии коммуникативных процессов, изучить проблемы теории коммуникации, исследовать различные виды и уровни коммуникации, уделить внимание видам профессионально-ориентированной коммуникации, изучить основы речевого общения, основы межкультурной и межличностной коммуникации, а также сформировать профессиональную компетентность специалиста.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

- различные формы и виды устной и письменной коммуникации на русском языке
- нормы современного русского литературного языка
- основные технологии и функциональные особенности коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке

Уметь:

- умеет свободно воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном языке
- анализировать языковые факты и обобщать полученные наблюдения; использовать знания по культуре речи в различных коммуникативных ситуациях
- грамотно и стилистически корректно строить высказывания в различных жанрах научной и деловой речи

Владеть:

- языковыми средствами для достижения профессиональных целей, для межличностного и межкультурного общения
- навыками осознания собственных речевых возможностей для личностного и профессионального становления
- навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах

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

Знать:

- совокупность политических, экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем
- совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем
- совокупность экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

Уметь:

- осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе региона
- осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе страны
- осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе мира исходя из различных норм регулирования

Владеть:

- правовыми нормами в сфере медиакоммуникаций
- этическими нормами в сфере медиакоммуникаций
- навыками медиакоммуникаций в различных системах СМИ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Социология массовых коммуникаций

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
Неделя	9,7			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	30	30	30	30
Практические	20	20	20	20
Итого ауд.	50	50	50	50
Контактная работа	50	50	50	50
Сам. работа	58	58	58	58
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью изучения дисциплины является комплексное рассмотрение отдельных аспектов массовой коммуникации в свете различных теоретических подходов и научно-исследовательских школ, освоение социологического инструментария для самостоятельной аналитической работы.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Знать:

систему общественных и государственных институтов

- механизмы их функционирования и тенденции развития государственных институтов

Уметь:

учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью

создавать тексты в области рекламы и СО с учётом развития государственных и общественных институтов

Владеть:

навыками создания рекламных и PR-медиатекстов с учётом тенденций развития общественных и государственных институтов

понятийным аппаратом в области социологии массовых коммуникаций

навыками учёта основных тенденций развития общества в профессиональной деятельности

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

Знать:

способы получения социологической информации

- механизмы учёта потребностей общественности в профессиональной сфере

методики работы с различными группами общественности

Уметь:

использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий

- учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью

- получать и анализировать информацию в глобальном информационном пространстве

Владеть:

инструментарием поиска информации о текущих запросах и проблемах аудитории

навыками использования научных и статистических данных в профессиональной деятельности

системой оценки потребностей аудитории в профессиональной деятельности

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
Введение в журналистику

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 4 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	36	36	36	36
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Сформировать общеориентирующее представление о специфике журналистской профессии, социальной роли и общественной миссии журналистики и журналиста в обществе.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.11
--------------------	---------

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

ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Знать:

систему общественных и государственных институтов;

механизмы функционирования и тенденции развития государственных институтов;

основные проблемы современности

Уметь:

учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью

создавать тексты в области рекламы и СО с учётом развития государственных и общественных институтов

Владеть:

навыками создания рекламных и PR-медиатекстов с учётом тенденций развития общественных и государственных институтов

навыками учёта основных тенденций развития общества 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

Знать:

совокупность политических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

совокупность экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

Уметь:

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе региона

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе страны

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе мира исходя из различных норм регулирования

Владеть:

правовыми нормами в сфере медиакоммуникаций

этическими нормами в сфере медиакоммуникаций

навыками медиакоммуникаций в различных системах СМИ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
Современные технологии в СМК

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 4 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
Неделя	17			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	34	34	34	34
Практические	34	34	34	34
Итого ауд.	68	68	68	68
Контактная работа	68	68	68	68
Сам. работа	40	40	40	40
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины «Современные технологии в СМК»:
1.2	-изучить особенности современных СМИ в системе общественных и социокультурных координат;
1.3	-исследовать сущность масскоммуникационного процесса, особенности массовой информации и функционирования СМИ как важнейшего вида массовой коммуникации в современном обществе;
1.4	-изучить языковые основы функционирования массовой коммуникации, осуществлять селекцию, редактирование и компоновку материала получаемого из различных источников информации, современные концепции массовой коммуникации и положения теории журналистики, функции СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.11
--------------------	---------

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

Знать:

совокупность политических, экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

совокупность экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

Уметь:

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе региона

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе страны

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе мира исходя из различных норм регулирования

Владеть:

методиками и технологиями рекламной деятельности

правовыми и этическими нормами регулирования рекламной деятельности

маркетинговыми основами и современными технологиями СМК

ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Знать:

возможности современных технических средств

основные информационно-коммуникационные технологии в СМК

возможности программного обеспечения

Уметь:

отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение

использовать современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

применять современные платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью

Владеть:

навыками работы с современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями

навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
Теория и методика журналистского творчества

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 8 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 6

зачет(ы) 5

курсовая работа 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		5 (3.1)		6 (3.2)		Итого	
Неделя	15		18		13			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	14	14	18	18	12	12	44	44
Практические	30	30	18	18	26	26	74	74
Итого ауд.	44	44	36	36	38	38	118	118
Контактная работа	44	44	36	36	38	38	118	118
Сам. работа	64	64	36	36	34	34	134	134
Часы на контроль					36	36	36	36
Итого	108	108	72	72	108	108	288	288

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель: научить студентов объективно оценивать собственное творчество, творчество своих коллег и признанных мастеров журналистского цеха; повысить общий культурный уровень студентов за счет творческого общения в рамках творческой мастерской.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.11
--------------------	---------

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

Знать:

предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);

основные методы качественных и количественных социологических исследований

базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа

Уметь:

осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации- организовывать социологические исследования

осуществлять тайм-менеджмент

Владеть:

навыком работы с большими объемами информации;

понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли

владение методом конкурентного анализа

ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Знать:

многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

особенности отечественного и мирового культурного процесса

средства художественной выразительности

Уметь:

использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

выявлять культурные особенности государств, народов, социальных групп

Владеть:

навыками учета достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

навыками употребления средств художественной выразительности в создаваемых текстах рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктах

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
Система СМК

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 4 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения учебной дисциплины заключается в ознакомлении обучающихся с различными факторами системной дифференциации СМИ, системой печатных изданий, радиовещания, телевидения, рассмотрении особенностей работы в СМИ определенной типологической направленности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.11
--------------------	---------

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

ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Знать:

систему общественных и государственных институтов

механизмы их функционирования и тенденции развития государственных институтов

основные проблемы современности

Уметь:

учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании журналистских текстов и (или) продуктов

создавать журналистские тексты и (или) продуктов с учётом развития государственных и общественных институтов

Владеть:

навыками журналистских текстов и (или) продуктов с учётом тенденций развития общественных и государственных институтов

навыками учёта основных тенденций развития общества 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

Знать:

совокупность политических, экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

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

совокупность экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

Уметь:

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе региона

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе страны

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе мира исходя из различных норм регулирования

Владеть:

правовыми нормами в сфере медиакоммуникаций

этическими нормами в сфере медиакоммуникаций

навыками медиакоммуникаций в различных системах СМИ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Основы рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	15			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	30	30	30	30
Практические	14	14	14	14
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	44	44	44	44
Сам. работа	64	64	64	64
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель данного курса дает представление об институтах деловой рекламной сферы, напрямую связанных с профессиональной деятельностью. С одной стороны показать особенности, с другой стороны, продемонстрировать те точки, в которых эта деятельность имеет прикладной характер. Изучить основы профессиональных обязанностей и задач деятельности специалистов в области рекламы, особенностей функционирования отдела рекламы и связей с общественностью, особенности современной информационной среды. Сформировать навыки моделирования, анализа и решения конкретных профессиональных ситуаций, планирования и осуществления маркетинговых коммуникаций.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.12
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности****Знать:**

- основы осуществления рекламной деятельности
- механизмы изучения потребностей потребительской аудитории
- основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий

Уметь:

- изучать потребности целевых аудиторий
- отвечать на запросы потребителей, используя современные технологии медиакommunikаций
- учитывать характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы

Владеть:

- методами изучения и анализа запросов целевых групп общественности
- понятийным и терминологическим аппаратом в сфере рекламы
- навыками разработки рекламных продуктов, исходя из характеристик целевой аудитории

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

- совокупность политических факторов, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем
- совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем
- совокупность экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем

Уметь:

- осуществлять профессиональную деятельность в медиакommunikационной системе региона
- осуществлять профессиональную деятельность в медиакommunikационной системе страны
- осуществлять профессиональную деятельность в медиакommunikационной системе мира исходя из различных норм регулирования

Владеть:

- методиками и технологиями рекламной деятельности
- правовыми и этическими нормами регулирования рекламной деятельности
- маркетинговыми основами СМК

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Теория и практика рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 7 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 7

зачет(ы) 5, 6

курсовая работа 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		6 (3.2)		7 (4.1)		Итого	
Неделя	18		13		18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	36	36	12	12			48	48
Лабораторные			12	12	54	54	66	66
Итого ауд.	36	36	24	24	54	54	114	114
Контактная работа	36	36	24	24	54	54	114	114
Сам. работа	36	36	48	48	18	18	102	102
Часы на контроль					36	36	36	36
Итого	72	72	72	72	108	108	252	252

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины - получение базовых знаний в области теоретических основ рекламного дела, его технологий; понимание целей, задач, содержания деятельности специалиста отдела рекламы; получение системного комплекса знаний о принципах организации, задачах, формах рекламных кампаний и их роли в достижении бизнес-целей фирмы; рассмотрение отдельных элементов рекламных кампаний и мероприятий, специфики их функций и воздействия на целевые аудитории; получение студентами навыков стратегического планирования рекламных мероприятий, разработки рекламных материалов, опираясь на стандартные приемы (под контролем специалиста) и используя авторские решения, соблюдая требования информационной и технологической безопасности
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.12
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности****Знать:**

основы осуществления рекламной деятельности

механизмы изучения потребностей потребительской аудитории

основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий

Уметь:

изучать потребности целевых аудиторий

отвечать на запросы потребителей, используя современные технологии медиакоммуникаций

учитывать характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы

Владеть:

методами изучения и анализа запросов целевых групп общественности

понятийным и терминологическим аппаратом в сфере рекламы

навыками разработки рекламных продуктов, исходя из характеристик целевой аудитории

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**Знать:**

виды рекламных кампаний и мероприятий;

специфику и особенности планирования и организации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий.

Уметь:

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе

анализировать внешнюю конкурентную среду и планировать на этой основе рекламные кампании и мероприятия;

осуществлять под контролем и оценивать эффективность рекламных кампаний и акций.

Владеть:

методиками и технологиями рекламной деятельности

навыками проведения рекламных кампаний и мероприятий

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Основы связей с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	15			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	30	30	30	30
Практические	14	14	14	14
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	44	44	44	44
Сам. работа	64	64	64	64
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель данного курса дает представление об институтах деловой сферы ПР, напрямую связанных с профессиональной деятельностью. С одной стороны показать особенности, с другой стороны, продемонстрировать те точки, в которых эта деятельность имеет прикладной характер. Изучить основы профессиональных обязанностей и задач деятельности специалистов в области связей с общественностью, структуру маркетинговых коммуникаций, особенностей функционирования отдела рекламы и связей с общественностью, особенности использования основных медиаканалов в области ПР. Овладеть навыками моделировать, анализировать и решать конкретные профессиональные ситуации.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.12
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности****Знать:**

- понятийно-терминологический аппарат в сфере СО
- основы осуществления связей с общественностью
- основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий

Уметь:

- изучать потребности целевых аудиторий в сфере связей с общественностью
- отвечать на запросы потребителей, используя современные технологии медиакommunikаций
- учитывать характеристики целевой аудитории при создании текстов публичных релизов

Владеть:

- методами изучения и анализа запросов целевых групп общественности
- понятийным и терминологическим аппаратом в сфере публичных релизов
- навыками разработки рекламных продуктов, исходя из характеристик целевой аудитории

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

- совокупность политических, экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем
- совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем
- совокупность экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем

Уметь:

- осуществлять профессиональную деятельность в медиакommunikационной системе региона
- осуществлять профессиональную деятельность в медиакommunikационной системе страны
- осуществлять профессиональную деятельность в системе связей с общественностью исходя из различных норм регулирования

Владеть:

- методиками и технологиями публичных релизов
- правовыми и этическими нормами регулирования связей с общественностью
- маркетинговыми основами СМК

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Теория и практика связей с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 7 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 7

зачет(ы) 5, 6

курсовая работа 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		6 (3.2)		7 (4.1)		Итого	
Неделя	18		13		18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	36	36					36	36
Лабораторные			26	26	54	54	80	80
Итого ауд.	36	36	26	26	54	54	116	116
Контактная работа	36	36	26	26	54	54	116	116
Сам. работа	36	36	46	46	18	18	100	100
Часы на контроль					36	36	36	36
Итого	72	72	72	72	108	108	252	252

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью изучения дисциплины является приобретение знаний о теории и методологии связей с общественностью, знакомство и освоение технологий, необходимых для эффективной деятельности современного специалиста отдела связей с общественностью; уяснение теоретических подходов к организации PR-кампаний, коммуникационных мероприятий; выработка навыков практического применения полученных знаний по управлению современными PR-кампаниями.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.12
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности****Знать:**

основы осуществления рекламной деятельности

механизмы изучения потребностей потребительской аудитории

основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий

Уметь:

изучать потребности целевых аудиторий

отвечать на запросы потребителей, используя современные технологии медиакommunikаций

учитывать характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы

Владеть:

методами изучения и анализа запросов целевых групп общественности

понятийным и терминологическим аппаратом в сфере связей с общественностью

навыками разработки рекламных продуктов, исходя из характеристик целевой аудитории

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

совокупность политических факторов, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем

совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем

совокупность экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем

Уметь:

осуществлять профессиональную деятельность в медиакommunikационной системе региона

осуществлять профессиональную деятельность в медиакommunikационной системе страны

осуществлять профессиональную деятельность в медиакommunikационной системе мира исходя из различных норм регулирования

Владеть:

методиками и технологиями рекламной деятельности

правовыми и этическими нормами регулирования рекламной деятельности

маркетинговыми основами СМК

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
История рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 4 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.&b><Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
Неделя	17			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	34	34	34	34
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	50	50	50	50
Контактная работа	50	50	50	50
Сам. работа	58	58	58	58
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Дать знания об основных этапах и закономерностях развития рекламного дела, фактах, тенденциях и факторах, определяющие развитие рекламы в разные исторические периоды (политические, правовые, экономические социокультурные и др.), сформировать представление о роли рекламы и PR в жизни общества, их значении в развитии экономики, товаро-денежных отношений, политики и культуры; дать анализ основных периодов развития рекламы и PR, обозначить их зависимость от развития экономики, техники и культуры; рассмотреть эволюцию основных жанров рекламы, показать логику их выбора на определенных этапах общественного развития; научить выявлять связь рекламных форм с современной художественной культурой и традициями художественной культуры прошлого; научиться анализировать опыт лучших мировых и отечественных рекламистов и самостоятельно применять выработанные ими приемы для совершенствования профессионального мастерства и решения конкретных профессиональных задач.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Знать:

многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

особенности отечественного и мирового культурного процесса

средства художественной выразительности

Уметь:

использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

выявлять культурные особенности государств, народов, социальных групп

Владеть:

навыками учета достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

навыками употребления средств художественной выразительности в создаваемых текстах рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктах

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

Знать:

совокупность политических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

совокупность экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем

Уметь:

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе региона

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе страны

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе мира исходя из различных норм регулирования

Владеть:

методиками и технологиями рекламной деятельности

правовыми и этическими нормами регулирования рекламной деятельности

маркетинговыми основами СМК

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения учебной дисциплины «Речевое воздействие в рекламе и СО»: является формирование у студентов знаний, умений и навыков, необходимых для эффективного межличностного и делового общения, для создания эффективного рекламного текста и эффективного функционирования массовой коммуникации.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

Знать:

предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);

основные методы качественных и количественных социологических исследований

нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем

Уметь:

существлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации- организовывать социологические исследования

осуществлять тайм-менеджмент

готовить тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иные коммуникационные продукты различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Владеть:

навыком работы с большими объемами информации;

понимать принципы функционирования и структуры медиарынка конкретной отрасли

нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Знать:

цеховые принципы социальной ответственности

типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности

Уметь:

учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

применять методы и технологии по речевому воздействию, следуя принципам социальной ответственности

осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами

Владеть:

этическими нормами и принципами, принятыми профессиональным сообществом

понятийным аппаратом в сфере изучения речевого воздействия

принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Риторика

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения учебной дисциплины «Риторика» заключается в детальном ознакомлении обучающихся с основными правилами и особенностями всех типов публичных выступлений в зависимости от их цели, аудитории, качества ораторской подготовки. Задачи курса: рассмотреть особенности построения и подготовки различных типов выступления; выделить основные составляющие образа оратора в публичном выступлении; определить особенности выступления в зависимости от типов аудитории; рассмотреть приемы информирующей (в том числе и рекламной), аргументирующей, убеждающей, развлекательной речи, протольно-этикетных выступлений.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

различные формы и виды устной и письменной коммуникации на русском языке

нормы современного русского литературного языка

основные технологии и функциональные особенности коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке

Уметь:

умеет свободно воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном языке

анализировать языковые факты и обобщать полученные наблюдения; использовать знания по культуре речи

грамотно и стилистически корректно строить высказывания в различных жанрах научной и деловой речи

Владеть:

языковыми средствами для достижения профессиональных целей, для межличностного и межкультурного общения

навыками осознания собственных речевых возможностей для личностного и профессионального становления

навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах

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

Знать:

предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);

основные методы качественных и количественных социологических исследований

нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем

Уметь:

осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации

осуществлять тайм-менеджмент

организовывать социологические исследования

Владеть:

навыком работы с большими объемами информации;

понимать принципы функционирования и структуры медиарынка конкретной отрасли

владение методом конкурентного анализа

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Стилистика

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 5 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.&b><Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Лабораторные	54	54	54	54
Итого ауд.	72	72	72	72
Контактная работа	72	72	72	72
Сам. работа	72	72	72	72
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели изучения дисциплины:
1.2	- обучение будущих журналистов и редакторов стилистическому подходу к использованию речевых средств;
1.3	- выработка у обучающихся лингвистического чутья и нетерпимости к неоправданному снижению стиля;
1.4	- формирование представлений о редакторской правке текста, технике и методике ее выполнения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

различные формы и виды устной и письменной коммуникации на русском языке
грамматические (морфологические и синтаксические) стилистические нормы современного литературного языка для успешной деловой коммуникации
базовые понятия и термины стилистики как основного раздела языкознания, непосредственно связанного с коммуникацией

Уметь:

свободно воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную информацию на русском и иностранном языках
анализировать языковые факты и обобщать полученные наблюдения; использовать знания по культуре речи
грамотно и стилистически корректно строить высказывания в различных жанрах научной и деловой речи

Владеть:

системой норм русского литературного языка, языковыми средствами для достижения профессиональных целей, для межличностного и межкультурного общения
навыками осознания собственных речевых возможностей для личностного и профессионального становления
навыками оптимальных текстовых действий в области продуцирования и редактирования связных высказываний профессионального назначения на русском языке

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

Знать:

грамматические (морфологические и синтаксические) стилистические нормы современного русского языка
информационные потребности общества и индустрии
проблемные вопросы современной стилистики

Уметь:

выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
дифференцировать типы стилистических ошибок, уметь их править
создавать и редактировать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

Владеть:

навыками создания и редактирования медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в рамках норм современного русского языка
нормами современного русского языка
способами и приемами исправления лексических, грамматических, семантических и стилистических ошибок

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

История и актуальные проблемы отечественной журналистики

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 7 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

экзамен(ы) 4

зачет(ы) 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
Неделя	17		18		15			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	34	34	18	18	30	30	82	82
Практические	16	16			14	14	30	30
Итого ауд.	50	50	18	18	44	44	112	112
Контактная работа	50	50	18	18	44	44	112	112
Сам. работа	58	58	18	18	28	28	104	104
Часы на контроль					36	36	36	36
Итого	108	108	36	36	108	108	252	252

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины состоит в том, чтобы изучить основные этапы и закономерности развития отечественной журналистики, раскрыть эволюцию и многообразие форм исторической практики отечественных СМИ, значение отечественной журналистики в культурном наследии прошлого, ее роль в идейно-политической и литературной борьбе разных эпох, достижения в системе национального просвещения и в социально-политической, культурной жизни страны, освещая направление и содержание важнейших периодических изданий XVIII – XX веков, историю развития газетно-журнальной периодики, информационных агентств, радиовещания, телевидения как единой системы национальных СМИ; выявить связь журналистских процессов и развитие рекламы и СО; научиться понимать историческую предопределенность современных медийных процессов, использовать исторические знания при решении разноплановых профессиональных задач.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах****Знать:**

межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

основные понятия истории, закономерности и этапы исторического процесса, многообразие цивилизаций, форм и способов их взаимодействия

способы типологизации культур, социально-экономические, исторические и этические основы культурного разнообразия общества

Уметь:

применять научную терминологию и основные научные категории гуманитарного знания

с опорой на знание этапов исторического развития анализировать социокультурные и этнокультурные различия социальных групп

выявлять культурные особенности государств, народов, социальных групп

Владеть:

навыками выявления своеобразия цивилизационного развития различных народов

навыками учета социокультурных особенностей в процессе межкультурного взаимодействия

нравственно-этическими и философско-мировоззренческими принципами межкультурной коммуникации

ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов**Знать:**

многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

особенности отечественного и мирового культурного процесса

средства художественной выразительности

Уметь:

использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

выявлять культурные особенности государств, народов, социальных групп

Владеть:

навыками учета достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

навыками употребления средств художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
История и актуальные проблемы зарубежной журналистики

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 5 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		3 (2.1)		Итого	
Неделя	17		18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	18	18	34	34
Практические	16	16			16	16
Итого ауд.	32	32	18	18	50	50
Контактная работа	32	32	18	18	50	50
Сам. работа	76	76	18	18	94	94
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	108	108	72	72	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины - сформировать у обучающихся представления об исторических закономерностях развития зарубежной журналистики, систем СМИ; дать исторический анализ становления журналистики от античности до современности в соотнесении с основными этапами развития общества и государства и развитием форм рекламной коммуникации; выявить своеобразие каждого из исторических этапов мировой журналистики, отслеживая развитие рекламных явлений в системе СМИ; выработать умение ориентироваться в современной типологической структуре СМИ разных стран и происходящих в них процессах, преобразованиях и тенденциях развития мировых медиа;
1.2	использовать знания о мировых СМИ, опыте развития зарубежной журналистики для решения профессиональных задач в области рекламы и СО.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах****Знать:**

межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
 основные понятия истории, закономерности и этапы исторического процесса, многообразие цивилизаций, форм и способов их взаимодействия
 способы типологизации культур, социально-экономические, исторические и этические основы культурного разнообразия общества

Уметь:

применять научную терминологию и основные научные категории гуманитарного знания
 с опорой на знание этапов исторического развития анализировать социокультурные и этнокультурные различия социальных групп
 выявлять культурные особенности государств, народов, социальных групп

Владеть:

навыками выявления своеобразия цивилизационного развития различных народов
 навыками учета социокультурных особенностей в процессе межкультурного взаимодействия
 нравственно-этическими и философско-мировоззренческими принципами межкультурной коммуникации

ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов**Знать:**

многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
 особенности отечественного и мирового культурного процесса
 средства художественной выразительности

Уметь:

использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
 выявлять культурные особенности государств, народов, социальных групп

Владеть:

навыками учета достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
 навыками употребления средств художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра литературы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ИСТОРИЯ РУССКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И КУЛЬТУРЫ
Русская литература и культура

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 5 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 3

зачет(ы) с оценкой 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
Неделя	18		15			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	30	30	48	48
Практические	18	18	14	14	32	32
Итого ауд.	36	36	44	44	80	80
Контактная работа	36	36	44	44	80	80
Сам. работа	36	36	64	64	100	100
Итого	72	72	108	108	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения учебной дисциплины «Современная русская литература и культура» заключается в формировании у студента целостного, завершённого представления о новейшем периоде отечественной литературы; теснейшим образом связанного с европейским модернизмом и художественной традицией русской классической прозы; формировании представления о базовых литературоведческих понятиях данного периода, основных направлениях литературного процесса: футуризм, имажинизм, конструктивизм.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.19
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах****Знать:**

межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

основные понятия истории, закономерности и этапы исторического процесса, многообразие цивилизаций, форм и способов их взаимодействия;

способы типологизации культур, социально-экономические, исторические и этические основы культурного разнообразия общества

Уметь:

применять научную терминологию и основные научные категории гуманитарного знания

с опорой на знание этапов исторического развития анализировать социокультурные и этнокультурные различия социальных групп

выявлять культурные особенности государств, народов, социальных групп

Владеть:

навыками выявления своеобразия цивилизационного развития различных народов

навыками учета социокультурных особенностей в процессе межкультурного взаимодействия

нравственно-этическими и философско-мировоззренческими принципами межкультурной коммуникации

ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов**Знать:**

основы теории и истории литературы;

основные положения и концепции развития литературного процесса на разных этапах его существования;

ведущие направления государственной политики в сфере образования и журналистики.

Уметь:

самостоятельно работать с периодическими изданиями (в том числе и Internet-изданиями), посвящёнными проблемам изучения отечественной литературы;

проводить жанровый анализ художественного текста любой степени сложности;

анализировать художественное произведение с учётом его идейно-тематической и сюжетно-композиционной специфики

Владеть:

навыками комплексного анализа художественного текста с опорой на опыт русской и мировой классической литературы;

основами поиска стихового начала в прозаических и фольклорных текстах различных жанров;

навыками использования полученных знаний в организации спецкурсов по ключевым проблемам отечественной и мировой литературы.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра литературы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
ИСТОРИЯ РУССКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И КУЛЬТУРЫ
Зарубежная литература и культура

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Неделя	13			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	26	26	26	26
Практические	26	26	26	26
Итого ауд.	52	52	52	52
Контактная работа	52	52	52	52
Сам. работа	20	20	20	20
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Основные цели курса видятся в следующем: 1. сформировать представление о развитии культуры в целом в XX веке и о ходе литературного процесса за рубежом в частности; 2. расширить литературоведческий сл обучаемых; 3. научить применению литературоведческого анализа к изучаемым в ходе курса произведениям; 4. особое внимание уделить анализу и критическому обзору произведений тех авторов, которые стали знаковыми фигурами эпохи, проявили себя как выдающиеся публицисты.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.19
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах****Знать:**

межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и фи-лософском контекстах

основные понятия истории, закономерности и этапы исторического процесса, много-образие цивилизаций, форм и способов их взаимодействия;

способы типологизации культур, социально-экономические, исторические и этические основы культурного разнообразия общества

Уметь:

применять научную терминологию и ос-новные научные категории гуманитарного знания

с опорой на знание этапов исторического развития анализировать социокультурные и этнокультурные различия социальных групп

выявлять культурные особенности госу-дарств, народов, социальных групп

Владеть:

навыками выявления своеобразия цивили-зационного развития различных народов

навыками учета социокультурных осо-бенностей в процессе межкультурного взаимодействия

нравственно-этическими и философско-мировоззренческими принципами межкуль-турной коммуникации

ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов**Знать:**

многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

особенности отечественного и мирового культурного процесса

средства художественной выразительности

Уметь:

использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в про-цессе создания медиатекстов и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных про-дуктов

выявлять культурные особенности госу-дарств, народов, социальных групп

Владеть:

навыками учета достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

навыками употребления средств художе-ственной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Практика деловых коммуникаций

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью данного курса является освоение студентами этических основ, форм и сфер деловых коммуникаций с официальными лицами и зарубежными (и общественными) партнерами в рамках делового протокола, этических норм, требований этикета, сложившихся на основе исторической практики и отчасти закрепленных в нормативных документах и международных конвенциях.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

различные формы и виды устной и письменной коммуникации на русском языке

нормы современного русского литературного языка

основные технологии и функциональные особенности коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке

Уметь:

умеет свободно воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном языке

анализировать языковые факты и обобщать полученные наблюдения; использовать знания по культуре речи

грамотно и стилистически корректно строить высказывания в различных жанрах научной и деловой речи

Владеть:

языковыми средствами для достижения профессиональных целей, для межличностного и межкультурного общения

навыками осознания собственных речевых возможностей для личностного и профессионального становления

навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах

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

Знать:

предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);

основные методы качественных и количественных социологических исследований

базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа

Уметь:

осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации- организовывать социологические исследования

осуществлять тайм-менеджмент

Владеть:

навыком работы с большими объемами информации;

понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли

владение методом конкурентного анализа

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Семиотика культуры

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	36	36	36	36
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	18	18	18	18
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	– сформировать у студентов представления о семиотике как особом дисциплинарном поле и о семиотике как наддисциплинарной методологии гуманитарного исследования;
1.2	– ознакомить студентов с основными представителями и концепциями классической семиотики;
1.3	– сформировать представление о семиотических основах народной культуры;
1.4	– сформировать у студентов навыки применения семиотических методов в практике анализа вербального текста.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

Знать:

предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов)

нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем

отличительные особенности семиотики текстов СМИ

Уметь:

осуществлять 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

грамотно выстраивать аргументацию

Владеть:

навыком работы с большими объемами информации

нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов

ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Знать:

особенности семиотического построения текста

особенности знаковой системы, в которой создается творческая работа

Уметь:

использовать возможности семиотики в процессе личностной и профессиональной коммуникации

использовать возможности семиотики при подготовке журналистских публикаций

создавать медиапродукт в различных знаковых системах

Владеть:

навыками концептуального анализа текста

навыками создания текстов, обладающих различными уровнями воздействия

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Основы лингвистического анализа художественного текста

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Лабораторные	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Курс «Основы лингвистического анализа художественного текста» имеет целью выработать у будущего специалиста профессиональный навык анализа языковой организации художественного текста, вооружить его методологией этого анализа, формировать и совершенствовать культуру устной и письменной речи будущего специалиста; развивать эстетический вкус, тонкое восприятие языкового материала на основе анализа художественных произведений исторического наследия русской классической и современной литературы; подготовить базу для освоения художественно-публицистических жанров периодической печати и рекламных текстов художественных жанров.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

различные формы и виды устной и письменной коммуникации на русском языке

нормы современного русского литературного языка

методы и методики лингвистического анализа текста

Уметь:

свободно воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную информацию на русском и иностранном языках

анализировать языковые факты и обобщать полученные наблюдения; использовать знания по культуре речи при лингвистическом анализе текста

грамотно и стилистически корректно строить высказывания в различных художественных текстах

Владеть:

системой норм русского литературного языка, языковыми средствами для достижения профессиональных целей, для межличностного и межкультурного общения

навыками осознания собственных речевых возможностей для личностного и профессионального становления

навыками оптимальных текстовых действий в области продуцирования и редактирования связных высказываний профессионального назначения на русском языке

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

Знать:

информационные потребности общества и индустрии

нормы русского и иностранного языков и иных знаковых систем

приёмы и методы анализа художественных текстов

Уметь:

создавать и редактировать востребованные обществом и индустрией медиатексты

выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

понимать специфику текста как особой формы коммуникации

Владеть:

навыками создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

навыками подготовки и редактирования рекламных текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

навыками создания текстов разных стилей и жанров с учетом конкретных экстралингвистических факторов

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Жанры и формы PR-текстов

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) с оценкой 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	36	36	36	36
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Познакомить с жанровой системой современных PR-текстов, научить оперативно создавать эффективные PR-тексты
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

Знать:

предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);

основные методы качественных и количественных социологических исследований

базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа

Уметь:

осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации- организовывать социологические исследования

осуществлять тайм-менеджмент

Владеть:

навыком работы с большими объемами информации;

понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли

владение методом конкурентного анализа

ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Знать:

возможности современных технических средств радио

возможности современных технических средств телевидения

основные информационно-коммуникационные технологии

Уметь:

отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение

использовать современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Владеть:

навыками работы с современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями

навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Глобалистика

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	36	36	36	36
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	2	2	2	2
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины «Глобалистика» - сформировать у студентов представление о ключевых глобальных проблемах современности, их причинах и путях решения, совершенствовать умение анализировать общественные явления, раскрывать причинно – следственные связи между общественными явлениями и процессами.
1.2	Изучить основные явления общественного развития. Научиться анализировать основные научные подходы к изучению глобальных проблем современности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Знать:

- систему общественных и государственных институтов
- механизмы их функционирования и тенденции развития государственных институтов
- основные глобальные проблемы современности

Уметь:

- учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью
- анализировать медиаконтент в глобальном информационном поле
- создавать тексты в области рекламы и СО с учётом развития государственных и общественных институтов

Владеть:

- навыками создания рекламных и PR-медиатекстов с учётом тенденций развития общественных и государственных институтов
- понятийным аппаратом в области глобалистики
- навыками учёта основных тенденций развития общества в профессиональной деятельности

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

- способы получения социологической информации
- механизмы учёта потребностей общественности в профессиональной сфере
- методики работы с различными группами общественности

Уметь:

- использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий
- учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью
- получать и анализировать информацию в глобальном информационном пространстве

Владеть:

- инструментарием поиска информации о текущих запросах и проблемах аудитории
- навыками использования научных и статистических данных в профессиональной деятельности
- системой оценки потребностей аудитории в профессиональной деятельности

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Язык рекламы в СМИ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 5 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		8 (4.2)		Итого	
Неделя	18		9,7			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	30	30	48	48
Практические			30	30	30	30
В том числе инт.	2	2			2	2
Итого ауд.	18	18	60	60	78	78
Контактная работа	18	18	60	60	78	78
Сам. работа	54	54	12	12	66	66
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	72	72	108	108	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель курса "Язык рекламы в СМИ" - дать общее представление о сущностных свойствах и конституирующих признаках текстов массовой коммуникации (СМИ и рекламы), отличающих их от других типов социально ориентированных текстов (административно-правовых, корпоративных, научных и т. д.), привить студентам навыки для успешного решения задач, связанных с требованиями, предъявляемыми к функционированию текстов СМИ и рекламы в социальном пространстве: выявлять языковые и коммуникативные особенности текстов СМИ и рекламы, оценивать их как коммуникативно успешные или неуспешные; а также помочь обучающимся овладеть основными принципами создания текстов названного типа и методами варьирования языковых средств с учетом специфики канала коммуникации и характера адресата.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

различные формы и виды устной и письменной коммуникации на русском языке

нормы современного русского литературного языка

основные технологии и функциональные особенности коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке

Уметь:

свободно воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном языке

анализировать языковые факты и обобщать полученные наблюдения; использовать знания по культуре речи в различных коммуникативных ситуациях

грамотно и стилистически корректно строить высказывания в различных жанрах научной и деловой речи

Владеть:

языковыми средствами для достижения профессиональных целей, для межличностного и межкультурного общения

навыками осознания собственных речевых возможностей для личностного и профессионального становления

навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах

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

Знать:

предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);

основные методы качественных и количественных социологических исследований

базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа

Уметь:

осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации- организовывать социологические исследования

осуществлять тайм-менеджмент

Владеть:

навыком работы с большими объемами информации;

понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли

владение методом конкурентного анализа

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Медиарилейшнз

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
Неделя	9,7			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	20	20	20	20
Практические	30	30	30	30
Итого ауд.	50	50	50	50
Контактная работа	50	50	50	50
Сам. работа	58	58	58	58
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины - формирование у студентов целостной и внутренне взаимосвязанной системы представлений о работе отделов рекламы и СО, о деятельности в сфере коммуникации современной организации со средствами массовой информации, субъектах данной деятельности, базовых процессах и PR-технологиях, применяемых в её ходе; сформировать представления о месте, занимаемом связями с общественностью в коммуникационном обеспечении деятельности современной организации, и роли которую играют медиарелейшнз в PR-коммуникации; дать знания о специфике современного медиапроизводства, общих правилах, механизмах, этапах создания и продвижения текстов для СМИ, сформировать навыки, необходимые для организации взаимодействия между организацией и средствами массовой информации, овладение умениями самостоятельно планировать, организовывать и проводить публичные мероприятия для журналистов, коммункационные (рекламные, информационные, пиар) кампании и оценивать их эффективность, освоение навыков подготовки разноплановых текстов в жанрах медиарелейшнз.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Знать:

систему общественных и государственных институтов

механизмы их функционирования и тенденции развития государственных институтов

Уметь:

учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью

анализировать медиаконтент в глобальном информационном поле

создавать тексты в области рекламы и СО с учётом развития государственных и общественных институтов

Владеть:

навыками создания рекламных и PR-медиатекстов с учётом тенденций развития общественных и государственных институтов

навыками учёта основных тенденций развития общества в профессиональной деятельности

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

Знать:

способы получения социологической информации

механизмы учёта потребностей общественности в профессиональной сфере

методики работы с различными группами общественности

Уметь:

использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий

учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью

получать и анализировать информацию в информационном пространстве

Владеть:

инструментарием поиска информации о текущих запросах и проблемах аудитории

навыками использования научных и статистических данных в профессиональной деятельности

- системой оценки потребностей аудитории в профессиональной деятельности

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Имиджелогия

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.&b><Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	2	2	2	2
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения учебной дисциплины «Имиджелогия» заключается в ознакомлении обучающихся с основными аспектами и этапами формирования имиджа в различных социальных сферах; технологиями самопрезентации и спецификой подготовки имиджевых кампаний.
1.2	Задачи курса:
1.3	обозначить место имиджелогии в ряду других дисциплин;
1.4	рассмотреть механизмы влияния в процессе формирования имиджа;
1.5	определить структуру и типологию имиджа;
1.6	технологии имиджирования: позиционное представление презентации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности****Знать:**

сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений

социально-психологические механизмы формирования имиджа

критерии и показатели эффективности имиджа

Уметь:

критически оценивать имидж любого объекта

анализировать и обладать навыками построения персонального, корпоративного и территориального имиджа

выполнять аналитические и организационные работы при подготовке рекламных имиджевых кампаний

Владеть:

умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности**Знать:**

цеховые принципы социальной ответственности

типовые эффекты профессиональной деятельности

последствия профессиональной деятельности

Уметь:

учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности

следовать принципам социальной ответственности

осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Владеть:

принципами социальной ответственности специалиста по рекламе и связям с общественностью

навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью

принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Управление общественным мнением

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 4 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
Неделя	17			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	34	34	34	34
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	50	50	50	50
Контактная работа	50	50	50	50
Сам. работа	58	58	58	58
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель курса рассмотреть эволюцию понятия "общественное мнение", изложить взгляды авторитетных специалистов на этот феномен, раскрыть теоретические аспекты изучения общественного мнения: его характеристики, структуру, основные функции. Описать историю развития практических исследований общественного мнения, основные методы и инструменты его изучения, принципы и приёмы управления общественным мнением.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности****Знать:**

- основы изучения общественного мнения
- основы обработки социологической информации
- технологии управления общественным мнением

Уметь:

- соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
- использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий
- учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью

Владеть:

- методами управления общественным мнением
- маркетинговыми инструментами управления общественным мнением
- современными методами изучения общественного мнения

ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности**Знать:**

- цеховые принципы социальной ответственности
- типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
- профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности

Уметь:

- учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
- применять методы и технологии по управлению общественным мнением, следуя принципам социальной ответственности
- осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами,

Владеть:

- этическими нормами и принципами, принятыми профессиональным сообществом
- понятийным аппаратом в сфере изучения и управления общественным мнением
- принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Современная пресс-служба

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		8 (4.2)		Итого	
Неделя	18		9,7			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	10	10	28	28
Практические			20	20	20	20
В том числе инт.	2	2			2	2
Итого ауд.	18	18	30	30	48	48
Контактная работа	18	18	30	30	48	48
Сам. работа	18	18	42	42	60	60
Итого	36	36	72	72	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения учебной дисциплины «Современная пресс-служба» заключается в изучении современного опыта организации и планирования работы пресс-службы, а также в формировании на его основе умения пользоваться методами работы со СМИ и общественностью.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Знать:

особенности функционирования отдела рекламы и связей с общественностью (функции, структуру, сегменты);

основные задачи и структуру рекламных отделов в различных сферах деятельности;

Уметь:

анализировать, планировать и организовывать деятельность отдела по рекламе и связям с общественностью в государственной, коммерческой и некоммерческой структурах;

рефлексировать собственные профессиональные действия в этически сложных ситуациях и конфликтных ситуациях, прогнозировать результаты работы;

оценивать эффективность работы отдела по рекламе и связям с общественностью, подготавливать отчет о его деятельности.

Владеть:

навыками расчета корпоративного рекламного и СО бюджета;

навыками по разработке предложений по совершенствованию структуры и взаимодействия PR-персонала с другими структурными подразделениями компании, налаживанию контактов со СМИ и т.д.

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

Знать:

виды рекламных кампаний и мероприятий

специфику и особенности планирования и организации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий

особенности работы современной пресс-службы

Уметь:

осуществлять профессиональную деятельность в медиакоммуникационной системе

анализировать внешнюю конкурентную среду и планировать на этой основе рекламные кампании и мероприятия

осуществлять под контролем и оценивать эффективность рекламных кампаний и акций

Владеть:

методиками и технологиями рекламной деятельности

навыками проведения рекламных кампаний и мероприятий

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Фотография в рекламе и PR

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лабораторные	54	54	54	54
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Познакомить студентов с особенностями современной рекламной фотографии, научить их грамотной работе с фототехникой.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Знать:

многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания фотографий рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

особенности отечественного и мирового культурного процесса

средства художественной выразительности

Уметь:

использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания фотографий для рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

выявлять культурные особенности государств, народов, социальных групп

Владеть:

навыками учета достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания фотографий рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

навыками употребления средств художественной выразительности в создаваемых фотографиях рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктах

историей возникновения фотографии

ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Знать:

основные теоретические понятия, используемые в рамках дисциплины

особенности воздействия различных типов фотографий на целевую аудиторию

основы технологии подготовки фотоматериалов в различные виды СМИ.

Уметь:

эффективно использовать знания в области технологии фотосъемки для создания фотографий в разных рекламных жанрах

ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ

эффективно распределять отведенное до дедлайна время на разработку и реализацию рекламного или PR-фотопроекта

Владеть:

методами создания качественного фотопродукта с учетом поставленных профессиональных задач

умением находить наиболее эффективные способы решения проблем, возникающих при работе над медиапроектом

основными приёмами обработки фотографий

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Современный русский язык и культура речи

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 11 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

экзамен(ы) 4

зачет(ы) 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.&b><Семестр на курсе>)	1 (1.1)		2 (1.2)		3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
Неделя	18		17		18		15			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	16	16	18	18	30	30	82	82
Лабораторные	36	36	32	32	18	18	30	30	116	116
Итого ауд.	54	54	48	48	36	36	60	60	198	198
Контактная работа	54	54	48	48	36	36	60	60	198	198
Сам. работа	54	54	60	60	36	36	12	12	162	162
Часы на контроль							36	36	36	36
Итого	108	108	108	108	72	72	108	108	396	396

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения учебной дисциплины «Современный русский язык и культура речи» заключается в систематизации знаний о языке и культуре общения, формировании представления о составляющих речевого общения, необходимых для дальнейшего углубленного изучения курсов по отдельным разделам лингвистической науки и в осуществлении профессиональной деятельности.
1.2	Задачи: сформировать умение взаимодействовать с людьми в различных речевых ситуациях; развить способность к импровизированному публичному выступлению; развить способность осознанно реагировать на внешние вербальные раздражители; сформировать умение грамотно выстраивать аргументацию; закрепить умение вести беседу и задавать вопросы; научить достигать поставленной цели посредством выбора оптимальной тактики речевого поведения в коммуникативной ситуации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
--------------------	------

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

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

различные формы и виды устной и письменной коммуникации на русском языке

нормы современного русского литературного языка

основные технологии и функциональные особенности коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке

Уметь:

свободно воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном языке

анализировать языковые факты и обобщать полученные наблюдения; использовать знания по культуре речи в различных коммуникативных ситуациях

грамотно и стилистически корректно строить высказывания в различных жанрах научной и деловой речи

Владеть:

языковыми средствами для достижения профессиональных целей, для межличностного и межкультурного общения

навыками осознания собственных речевых возможностей для личностного и профессионального становления

навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах

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

Знать:

нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем

отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

Уметь:

осуществлять 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

достигать поставленной цели посредством выбора оптимальной тактики речевого поведения в коммуникативной ситуации

грамотно выстраивать аргументацию

Владеть:

нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

навыком работы с большими объемами информации

навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и методики физической культуры

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Общая физическая подготовка

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 0 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 2, 4, 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		3 (2.1)		4 (2.2)		5 (3.1)		6 (3.2)		Итого	
Неделя	17		18		15		18		13			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Практические	36	36	36	36	30	30	32	32	26	26	160	160
Итого ауд.	36	36	36	36	30	30	32	32	26	26	160	160
Контактная работа	36	36	36	36	30	30	32	32	26	26	160	160
Сам. работа	36	36	36	36	34	34	32	32	30	30	168	168
Итого	72	72	72	72	64	64	64	64	56	56	328	328

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	является
1.2	-использование разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности;
1.3	- формирование мотивов, необходимых для физического совершенствования и самосовершенствования;
1.4	- создание у студентов системного комплекса практических навыков для реализации их потребностей в двигательной активности с творческим освоением ценностей физической культуры;
1.5	- обеспечение разносторонней физической подготовленности;
1.6	- повышение умственной работоспособности средствами физической культуры и спорта;
1.7	- формирование навыков и потребностей в здоровом образе жизни; снижение заболеваемости;
1.8	- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.ДВ.01
--------------------	------------

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

УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Знать:

гигиенические требования и правила техники безопасности при проведении занятий, основную направленность и содержание оздоровительных систем физического воспитания и спортивной подготовки для выполнения норм ГТО и тестов физической подготовленности, формы организации и проведения занятий, основные методики развития физических качеств

Уметь:

соблюдать безопасность при выполнении физических упражнений, составлять и подбирать упражнения утренней гигиенической гимнастики, подбирать и выполнять общеразвивающие и специальные упражнения, контролировать и регулировать величину физической нагрузки самостоятельных занятий физическими упражнениями, составлять индивидуальные программы физического совершенствования различной направленности

Владеть:

основными гимнастическими, акробатическими и легкоатлетическими упражнениями, техническими действиями в единоборствах, методикой подбора упражнения утренней гигиенической гимнастики, общеразвивающие и специальные упражнения, контроля и регулирования величины физической нагрузки самостоятельных занятий физическими упражнениями

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и методики физической культуры

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Спортивные и подвижные игры

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 0 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 2, 4, 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		3 (2.1)		4 (2.2)		5 (3.1)		6 (3.2)		Итого	
Неделя	17		18		15		18		13			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Практические	36	36	36	36	30	30	32	32	26	26	160	160
Итого ауд.	36	36	36	36	30	30	32	32	26	26	160	160
Контактная работа	36	36	36	36	30	30	32	32	26	26	160	160
Сам. работа	36	36	36	36	34	34	32	32	30	30	168	168
Итого	72	72	72	72	64	64	64	64	56	56	328	328

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	является
1.2	-использование разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности;
1.3	- формирование мотивов, необходимых для физического совершенствования и самосовершенствования;
1.4	- создание у студентов системного комплекса практических навыков для реализации их потребностей в двигательной активности с творческим освоением ценностей физической культуры;
1.5	- обеспечение разносторонней физической подготовленности;
1.6	- повышение умственной работоспособности средствами физической культуры и спорта;
1.7	- формирование навыков и потребностей в здоровом образе жизни; снижение заболеваемости;
1.8	- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.ДВ.01
--------------------	------------

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

УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Знать:

гигиенические требования и правила техники безопасности при проведении занятий по спортивным и подвижным играм, основную направленность и содержание физического воспитания и спортивной подготовки для выполнения норм ГТО и тестов физической и технической подготовленности, формы организации и проведения занятий по спортивным и подвижным играм, основные методики развития физических качеств средствами спортивных и подвижных игр

Уметь:

соблюдать безопасность при выполнении физических упражнений, составлять и подбирать упражнения утренней гигиенической гимнастики, подбирать и выполнять общеразвивающие и специальные упражнения спортивных игр, контролировать и регулировать величину физической нагрузки самостоятельных занятий по спортивным и подвижным играм, составлять индивидуальные программы физического совершенствования по технической и физической подготовке

Владеть:

основными элементами техники спортивных игр, гимнастическими, специально-подготовительными и специальными упражнениями, техническими действиями в спортивных играх, общеразвивающими и специальными упражнениями, методами контроля и регулирования величины физической нагрузки в спортивных и подвижных играх

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и методики физической культуры

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Адаптивная физическая культура

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 0 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 2, 4, 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		3 (2.1)		4 (2.2)		5 (3.1)		6 (3.2)		Итого	
Неделя	17		18		15		18		13			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Практические	36	36	36	36	30	30	32	32	26	26	160	160
Итого ауд.	36	36	36	36	30	30	32	32	26	26	160	160
Контактная работа	36	36	36	36	30	30	32	32	26	26	160	160
Сам. работа	36	36	36	36	34	34	32	32	30	30	168	168
Итого	72	72	72	72	64	64	64	64	56	56	328	328

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	социальная адаптация обучающихся средствами адаптивной физической культуры в общеобразовательной деятельности, являющейся неразрывным единством специально организованных и индивидуальных мероприятий профилактического, оздоровительного и лечебно-восстановительного характера, охватывающих все основные стороны жизнедеятельности, содействие в формировании у обучающихся профессиональных компетенций в области адаптивного физического воспитания
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.ДВ.01
--------------------	------------

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

УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Знать:

гигиенические требования и правила техники безопасности при проведении занятий, основную направленность и содержание оздоровительных систем физического воспитания и адаптивной физической культуры, основные методики развития физических качеств и выполнения двигательных действий

Уметь:

соблюдать безопасность при выполнении физических упражнений, подбирать и выполнять общеразвивающие и специальные упражнения, контролировать и регулировать величину физической нагрузки самостоятельных занятий физическими упражнениями, использовать индивидуальные программы физической реабилитации самосовершенствования физической подготовленности

Владеть:

основными средствами адаптивной физической культуры (гимнастическими, акробатическими и легкоатлетическими упражнениями, техническими действиями, тренажерами), методикой подбора упражнения утренней гигиенической гимнастики, использовать общеразвивающие и специальные упражнения, контроля и регулирования величины физической нагрузки самостоятельных занятий физическими упражнениями

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра менеджмента, маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Основы маркетинга

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Неделя	13			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	12	12	12	12
Практические	12	12	12	12
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	24	24	24	24
Сам. работа	48	48	48	48
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения учебной дисциплины "Основы маркетинга" является приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и обеспечению удовлетворения потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
--------------------	------

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

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Знать:

основные способы решения маркетинговых проблем на основе знания правовых норм

способы решения маркетинговых проблем на основе знания правовых норм и имеющихся ресурсов

современные способы решения маркетинговых проблем на основе знания правовых норм и имеющихся ресурсов

Уметь:

определять круг маркетинговых проблем и способы их решения

определять круг маркетинговых проблем и использовать методы их решения на основе понимания действующих правовых норм, с учетом имеющихся ресурсов

определять круг маркетинговых проблем и использовать методы их рационального решения на основе понимания действующих правовых норм, с учетом имеющихся ресурсов

Владеть:

навыками выявления маркетинговых проблем и поиска способов их решения

навыками определения круга маркетинговых проблем и использования методов их решения на основе понимания действующих правовых норм, с учетом имеющихся ресурсов

навыками выявления маркетинговых проблем и использования рациональных методов их решения на основе понимания действующих правовых норм, с учетом имеющихся ресурсов

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Знать:

основные технологии маркетинговых коммуникаций

технологии маркетинговых коммуникаций, разработки и реализации коммуникационного продукта

технологии маркетинговых коммуникаций, разработки и реализации коммуникационного продукта, доказавшие свою эффективность

Уметь:

использовать основные технологии маркетинговых коммуникаций

применять технологии маркетинговых коммуникаций, разработки и реализации коммуникационного продукта

эффективно использовать технологии маркетинговых коммуникаций, разработки и реализации коммуникационного продукта

Владеть:

навыками применения основных технологий маркетинговых коммуникаций

навыками применения технологий маркетинговых коммуникаций, разработки и реализации коммуникационного продукта

навыками эффективного использования технологий маркетинговых коммуникаций, разработки и реализации коммуникационного продукта

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		8 (4.2)		Итого	
Неделя	18		9,7			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	20	20	38	38
Практические			10	10	10	10
В том числе инт.	2	2			2	2
Итого ауд.	18	18	30	30	48	48
Контактная работа	18	18	30	30	48	48
Сам. работа	54	54	6	6	60	60
Итого	72	72	36	36	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целями изучения данной дисциплины является ознакомление студента с основными направлениями работы отделов рекламы и связей с общественностью, с видами деятельности, вариантами структур, терминами. В ходе дисциплины обучающийся должен изучить структуру рынка маркетинговых коммуникаций, основные правовые нормы, регулирующие функционирование рекламы и связи с общественностью в России.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
--------------------	------

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

УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Знать:

специфику организации работы отделов рекламы и связей с общественностью
свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели
установленные нормы и правила командной работы

Уметь:

осуществлять социальное взаимодействие
определять свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели
реализовать свою роль в команде

Владеть:

навыками социального взаимодействия в команде
навыками планирования своих действия для достижения заданного результата
навыками обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Знать:

основные маркетинговые инструменты при планировании работы отделов рекламы и связей с общественностью
систему организации маркетинговых исследований
как осуществлять маркетинговые коммуникации

Уметь:

планировать и осуществлять маркетинговые исследования
разрабатывать коммуникационные кампании
анализировать и учитывать результаты маркетинговых исследований на практике

Владеть:

технологиями и методиками маркетинговых коммуникаций
маркетинговыми инструментами при производства рекламного продукта
методами мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Основы брендинга

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	36	36	36	36
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель курса: сформировать представление обучающихся о построении и технологиях управления брендом, владением основами создания и раскрутки брендов, ознакомление обучающегося со структурой и типологией бренда
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
--------------------	------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий****Знать:**

основы организации рекламной деятельности в СМИ

методику реализации рекламных кампаний в СМИ

специфику деятельности по формированию бренда и его управлению

Уметь:

организовывать работу отдела по рекламе в СМИ

осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

планировать и осуществлять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия

Владеть:

навыками по формированию бренда и его управлению

методикой планирования рекламных кампаний

навыками по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта**Знать:**

основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

систему организации маркетинговых исследований

модели брендинга, коммуникационные модели брендинга

Уметь:

планировать и осуществлять маркетинговые исследования

разрабатывать коммуникационные кампании

анализировать и учитывать результаты маркетинговых исследований на практике

Владеть:

технологиями и методиками маркетинговых коммуникаций

маркетинговыми инструментами при создании бренда

методами мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 4 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	36	36	36	36
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель курса: обеспечить необходимый уровень компетентности будущих специалистов в вопросах правового регулирования рекламной и ПР деятельности; дать будущим специалистам в области рекламы и СО систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной и ПР деятельности как о совокупности норм и как о науке. Раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы и СО правовой регламентации. Изучить правовые нормы, регулирующие функционирование рекламы и связи с общественностью в России, основы информационного права в области рекламы и СО. Научиться анализировать базовые знания в сфере информационного права жизни общества, руководствоваться правовыми знаниями в своей профессиональной деятельности, использовать полученные правовые знания и умения для эффективной реализации различных функций рекламы и связей с общественностью
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
--------------------	------

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

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Знать:

- правовые нормы в сфере рекламы и СО
- свод законов входящих в информационное право
- основные требования регулирующих организаций в области права рекламы и СО

Уметь:

- определять связи между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения
- выбирать оптимальный способ решения поставленных задач с учётом правовых норм
- определять имеющиеся ресурсы и ограничения на основе действующих правовых норм

Владеть:

- методикой выбора оптимальных способов решения поставленной задачи, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
- методикой анализа план-графика реализации проекта в правовом поле
- понятийно - терминологическим аппаратом в области права в рекламе и СО

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта**Знать:**

- основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта с учётом правовых норм
- правовые нормы, регулирующие маркетинговые коммуникации
- регулирующие правовые инструменты в области рекламы и СО

Уметь:

- организовывать и выполнять маркетинговые исследования в рекламе и СО
- разрабатывать и реализовывать коммуникационный продукт в правовом поле
- осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Владеть:

- технологиями маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
- маркетинговыми инструментами при планировании производства и реализации коммуникационного продукта с учётом правовых норм
- методами исследования обратной связи с целевыми группами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Профессиональные творческие студии

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 14 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

экзамен(ы) 8

зачет(ы) 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		2 (1.2)		3 (2.1)		4 (2.2)		5 (3.1)		6 (3.2)		7 (4.1)		8 (4.2)		Итого	
Неделя	18		17		18		15		18		13		18		9,7			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лабораторные	18	18	50	50	18	18	30	30	18	18	52	52	18	18	30	30	234	234
В том числе инт.	2	2	4	4	2	2					10	10	2	2			20	20
Итого ауд.	18	18	50	50	18	18	30	30	18	18	52	52	18	18	30	30	234	234
Контактная работа	18	18	50	50	18	18	30	30	18	18	52	52	18	18	30	30	234	234
Сам. работа	18	18	22	22	18	18	6	6	18	18	56	56	18	18	78	78	234	234
Часы на контроль															36	36	36	36
Итого	36	36	72	72	36	36	36	36	36	36	108	108	36	36	144	144	504	504

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Познакомить студентов с основными профессиональными функциями и составными частями профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах. Дать представление о технологии использования методов рекламы и СО в коммуникационных кампаниях и рекламных мероприятиях.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
--------------------	------

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

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Знать:

специфику системного подхода для решения поставленных задач

методы сбора и поиска информации

инструменты анализа информации

Уметь:

анализировать задачу, выделять ее базовые составляющие

определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи

осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов

Владеть:

навыками формирования собственного мнения и суждения

навыками аргументации своих выводов, в том числе с применением философского понятийного аппарата

навыками анализа путей решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера

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

Знать:

специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

специфики разных типов СМИ и других медиа

инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Уметь:

создавать рекламные тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

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

навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов

инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Организация массовых мероприятий

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 4 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.&b><Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины является формирование у студентов системного представления о методике организации и проведения массовых мероприятий, выработки практических умений и навыков в этой области.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
--------------------	------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий****Знать:**

основы организации массовых мероприятий

методику реализации рекламных кампаний и массовых мероприятий

функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе

Уметь:

организовывать работу отдела по рекламе в СМИ

осуществлять тактическое планирование массовых мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

планировать и осуществлять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия

Владеть:

навыками управленческой деятельности в профессиональной сфере

методикой планирования массовых мероприятий

навыками по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта**Знать:**

основные маркетинговые инструменты при планировании массовых мероприятий

систему организации маркетинговых исследований

как осуществлять маркетинговые коммуникации

Уметь:

планировать и осуществлять маркетинговые исследования при организации массовых мероприятий

разрабатывать коммуникационные кампании

анализировать и учитывать результаты маркетинговых исследований на практике

Владеть:

технологиями и методиками маркетинговых коммуникаций

маркетинговыми инструментами при организации массовых мероприятий

методами мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

РАБОТА С ТЕКСТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Создание PR-текста

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Неделя	13			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	26	26	26	26
Лабораторные	26	26	26	26
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	52	52	52	52
Контактная работа	52	52	52	52
Сам. работа	20	20	20	20
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Познакомить с жанровой системой современных PR-текстов, научить оперативно создавать эффективные PR-тексты.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.07
--------------------	---------

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

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Знать:

специфику системного подхода для решения поставленных задач

методы сбора и поиска информации

инструменты анализа информации

Уметь:

анализировать задачу, выделять ее базовые составляющие

определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи

осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов

Владеть:

навыками формирования собственного мнения и суждения

навыками аргументации своих выводов, в том числе с применением философского понятийного аппарата

навыками анализа путей решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера

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

Знать:

специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

специфики разных типов СМИ и других медиа

инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Уметь:

создавать тексты рекламы и связей с общественностью и PR-тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и PR-текстов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов

инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

РАБОТА С ТЕКСТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Разработка рекламного продукта

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		7 (4.1)		Итого	
Неделя	13		18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лабораторные	12	12	36	36	48	48
В том числе инт.			4	4	4	4
Итого ауд.	12	12	36	36	48	48
Контактная работа	12	12	36	36	48	48
Сам. работа	24	24	36	36	60	60
Итого	36	36	72	72	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины является изучение методов, технологий и приемов создания рекламной продукции, рассмотрение методов генерирования творческих идей для создания рекламы, требований, предъявляемых к рекламной продукции; изучение видов рекламной продукции и особенностей производства рекламы для различных носителей; формирование практических навыков разработки рекламной продукции.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.07
--------------------	---------

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

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Знать:

специфику разработки и реализации рекламного продукта

действующие правовые нормы, ресурсы и ограничения

способы решения задач, связи между ними и ожидаемые результаты их решения

Уметь:

формулировать проблему при разработке рекламного продукта, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта

анализировать план-график разработки рекламного продукта в целом и выбирать оптимальный способ решения поставленных задач

в рамках поставленных задач определять имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы

Владеть:

навыками планирования в ходе реализации и разработки продукта

навыками разработки и реализации рекламного продукта

навыками работы в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля

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

Знать:

специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

специфики разных типов СМИ и других медиа

инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Уметь:

создавать рекламные продукты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

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

навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов

инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
РАБОТА С ТЕКСТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Редактирование текстов в рекламе и PR

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лабораторные	54	54	54	54
В том числе инт.	6	6	6	6
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения дисциплины "Редактирование текстов в рекламе и PR": обучение способам и приемам редакторской правки, формирование навыков ее выполнения.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.07
--------------------	---------

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

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Знать:

специфику системного подхода для решения поставленных задач

методы сбора и поиска информации

инструменты анализа информации

Уметь:

анализировать задачу, выделять ее базовые составляющие

определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи

осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов

Владеть:

навыками формирования собственного мнения и суждения

навыками аргументации своих выводов, в том числе с применением философского понятийного аппарата

навыками анализа путей решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера

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

Знать:

специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

специфики разных типов СМИ и других медиа

инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Уметь:

создавать и редактировать тексты рекламы и связей с общественностью и PR-тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

навыками создания и редактирования текстов рекламы и связей с общественностью и PR-текстов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов

инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Этические нормы при создании рекламного и PR-продукта

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения учебной дисциплины – дать студентам необходимый теоретический материал, привить необходимые современному специалисту этические нормы. Выработать у студентов способность к самостоятельной нравственной ориентации, необходимой для того, чтобы наилучшим образом справиться с профессиональными обязанностями; изучить основные понятия и термины профессиональной этики, основных правовые и этические документы в области рекламы и СО, кодексы профессиональной этики. Научиться анализировать рекламную и PR-деятельность с точки зрения соблюдения правовых этических норм, критически оценивать свою деятельность с точки зрения профессиональной этики, анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию с точки зрения этических норм.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
--------------------	------

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

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Знать:

правовые и этические нормы в сфере рекламы и СО

свод законов входящих в информационное право

основные требования регулирующих организаций в области права и этики рекламы и СО

Уметь:

определять связи между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения

выбирать оптимальный способ решения поставленных задач с учётом правовых и этических норм

определять имеющиеся ресурсы и ограничения на основе действующих этических норм

Владеть:

методикой выбора оптимальных способов решения поставленной задачи, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

методикой анализа план-графика реализации проекта в правовом поле

понятийно-терминологическим аппаратом в области этики в рекламе и СО

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

Знать:

специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

специфики разных типов СМИ и других медиа

инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Уметь:

создавать рекламные и PR-продукты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

навыками создания продуктов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов

инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Организация и проведение рекламных и PR-кампаний

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью дисциплины является ознакомление студента с этапами разработки и организации PR-кампаний, организационными основами проведения мероприятия, сформировать у него навыки разработки планов коммуникационных кампаний и мероприятий, навыки работы в условиях мультимедийной среды, а так же умения реализовать свои знания при подготовки PR-кампаний.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
--------------------	------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий****Знать:**

основы организации рекламной деятельности в СМИ

методику организации и проведения рекламных и PR-кампаний

функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе

Уметь:

организовывать работу отдела по рекламе в СМИ

осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

планировать и осуществлять рекламные и PR-кампании, проекты и мероприятия

Владеть:

навыками управленческой деятельности в профессиональной сфере

методикой планирования рекламных и PR-кампаний

навыками по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта**Знать:**

основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

систему организации маркетинговых исследований при проведении рекламных и PR-кампаний

как осуществлять маркетинговые коммуникации

Уметь:

планировать и осуществлять маркетинговые исследования для проведения рекламных и PR-кампаний

разрабатывать коммуникационные кампании

анализировать и учитывать результаты маркетинговых исследований на практике

Владеть:

технологиями и методиками маркетинговых коммуникаций

маркетинговыми инструментами при организации и проведении рекламных и PR-кампаний

методами мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Реклама в интернет-СМИ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	15			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	30	30	30	30
Практические	14	14	14	14
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	44	44	44	44
Сам. работа	64	64	64	64
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целями освоения дисциплины "Реклама в интернет-СМИ" являются:
1.2	- освоение базовых представлений о специфике интернет-журналистики как информационной социально-ориентированной деятельности, и определение ее места в системе массовых коммуникаций;
1.3	- овладение пониманием особенностей сетевого издания, знакомство с его жанрами, организацией деятельности в России и за рубежом;
1.4	- формирование представления о специфике и методах работы веб-изданий, особенностях менеджмента, рекламы и правового обеспечения сетевого СМИ;
1.5	- изучение функций, видов, средств рекламы и рекламного менеджмента в условиях формирования и развития рынка в России применительно к рекламе в СМИ.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
--------------------	------

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

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Знать:

специфику системного подхода для решения поставленных задач

методы сбора и поиска информации

инструменты анализа информации

Уметь:

анализировать задачу, выделять ее базовые составляющие

определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи

осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов

Владеть:

навыками формирования собственного мнения и суждения

навыками аргументации своих выводов, в том числе с применением философского понятийного аппарата

навыками анализа путей решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера

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

Знать:

специфику каналов коммуникации

специфику имеющегося мирового и отечественного опыта

инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Уметь:

создавать рекламные тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

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

навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов

инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Организация рекламной деятельности в СМИ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Неделя	13			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	26	26	26	26
Практические	26	26	26	26
Итого ауд.	52	52	52	52
Контактная работа	52	52	52	52
Сам. работа	56	56	56	56
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель курса – сформировать у студентов знания о концепциях, методах и формах регулирования рекламной деятельности в СМИ, изучить подходы к организации рекламной деятельности в СМИ, познакомить с практической работой рекламных служб, а также с целевой политикой в рекламной деятельности в прессе.
1.2	Изучить основы профессиональных обязанностей и задач деятельности специалистов в области рекламы, методы и специфику организации рекламной деятельности в СМИ, основы функционирования отделов рекламы в СМИ. Научить определять в своей практике необходимые формы взаимодействия СМИ и аудитории,
1.3	вести внешние и внутренние коммуникации отдела рекламы в СМИ.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.01
--------------------	------------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий****Знать:**

- основы организации рекламной деятельности в СМИ
- методику реализации рекламных кампаний в СМИ
- выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе

Уметь:

- организовывать работу отдела по рекламе в СМИ
- осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
- планировать и осуществлять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия

Владеть:

- навыками управленческой деятельности в профессиональной сфере
- методикой планирования рекламных кампаний
- навыками по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта**Знать:**

- основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
- систему организации маркетинговых исследований
- как осуществлять маркетинговые коммуникации

Уметь:

- планировать и осуществлять маркетинговые исследования
- разрабатывать коммуникационные кампании
- анализировать и учитывать результаты маркетинговых исследований на практике

Владеть:

- технологиями и методиками маркетинговых коммуникаций
- маркетинговыми инструментами при производства рекламного продукта
- методами мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Информационные агентства

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Неделя	13			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	26	26	26	26
Практические	26	26	26	26
Итого ауд.	52	52	52	52
Контактная работа	52	52	52	52
Сам. работа	56	56	56	56
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель курса «Информационные агентства» - сформировать у студентов представление о специфике работы информационных агентств, о значении мировых информационных агентств в социальном процессе глобализации, в ходе которого преодолеваются географические ограничения культурной деятельности современного человечества.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.01
--------------------	------------

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

ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Знать:

основы организации работы информационных агентств

методику реализации рекламных кампаний в СМИ

функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности информационного агентства

Уметь:

организовывать работу информационного агентства, обслуживающего СМИ

осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

планировать и осуществлять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия

Владеть:

навыками управленческой деятельности в профессиональной сфере

методикой планирования рекламных кампаний

навыками по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Знать:

основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта информационного агентства

систему организации маркетинговых исследований

как осуществлять маркетинговые коммуникации

Уметь:

планировать и осуществлять маркетинговые исследования

разрабатывать коммуникационные кампании

анализировать и учитывать результаты маркетинговых исследований на практике

Владеть:

технологиями и методиками маркетинговых коммуникаций в работе информационного агентства

маркетинговыми инструментами при производстве продукта

методами мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Наружная реклама

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	36	36	36	36
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Сформировать представление о форматах наружной рекламы, ознакомить с правовыми особенностями создания и размещения наружной рекламы, показать технологические особенности производства наружной рекламы, познакомить с творческими особенностями разработки наружной рекламы с целью подготовки студентов к самостоятельной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.02
--------------------	------------

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

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Знать:

специфику системного подхода для решения поставленных задач

методы сбора и поиска информации

инструменты анализа информации

Уметь:

анализировать задачу, выделять ее базовые составляющие

определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи

осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов

Владеть:

навыками анализа путей решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера

навыками аргументации своих выводов, в том числе с применением философского понятийного аппарата

навыками анализа путей решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера

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

Знать:

специфику каналов коммуникации

специфику имеющегося мирового и отечественного опыта

инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Уметь:

создавать тексты и продукты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

навыками осуществления авторской деятельности по созданию продукта рекламы / связей с общественностью

инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Печатная полиграфическая реклама

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	36	36	36	36
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Познакомить студента с требованиями к специалисту по рекламе и СО в сфере печатно-полиграфической рекламы; дать представление о видах печатной рекламы и способах ее реализации; научить разрабатывать под контролем элементы изобразительного и текстового наполнения и компьютерный оригинал-макет.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.02
--------------------	------------

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

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Знать:

специфику системного подхода для решения поставленных задач

методы сбора и поиска информации

особенности текстов печатной полиграфической рекламы и общие требования к их подготовке

Уметь:

определять и ранжировать информацию, требуемую для создания печатной полиграфической рекламы

разрабатывать рекламные тексты, предназначенных для печати.

осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов

Владеть:

навыками формирования собственного мнения и суждения

навыками аргументации своих выводов, в том числе с применением философского понятийного аппарата

инструментами разработки и создания рекламных материалов и методами оценки печатных рекламных материалов

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

Знать:

специфику каналов коммуникации

специфику имеющегося мирового и отечественного опыта

требования к специалисту по рекламе и СО в сфере печатно-полиграфической рекламы

Уметь:

создавать элементы изобразительного и текстового наполнения с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

разрабатывать компьютерный оригинал-макет, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

Владеть:

навыками осуществления авторской деятельности по созданию продукта рекламы / связей с общественностью

инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде

навыками создания макета для печатно-полиграфической рекламы

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра информационной безопасности

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания
Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины
Основы информационной безопасности

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Лабораторные	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью изучения дисциплины «Основы информационной безопасности» является формирование у студентов принципов информационной безопасности государства, подходов к анализу его информационной инфраструктуры, принципов организации, проектирования и анализа систем защиты информации, освоения основ их комплексного построения на различных уровнях защиты и особенностей степеней защиты для государственного и частного назначения.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	ФТД
--------------------	-----

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

ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Знать:

современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере;

возможности, виды, функции информационных технологий;

специфику работы с библиографическими системами

Уметь:

пользоваться основными информационно- коммуникативными технологиями

работать в Интернете и использовать его ресурсы

пользоваться поисковыми системами и работать с информацией в глобальных компьютерных сетях, анализируя факторы информационной безопасности.

Владеть:

навыками применения цифровых технологий, применяемых в медиасфере, для решения профессиональных задач

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

Кафедра теории и практики журналистской работы

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Практический копирайтинг

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лабораторные	36	36	36	36
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель дисциплины: познакомить с жанровой системой современных PR-текстов, научить оперативно создавать эффективные PR-тексты
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	ФТД
--------------------	-----

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

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

Знать:

специфику подготовки текстов для различных типов СМИ

типологию современных PR-текстов

мировые и отечественные приемы скрытой манипуляции

Уметь:

эффективно использовать лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка при создании PR-материала

находить необходимую форму для реализации рекламного замысла

мобильно преобразовывать формат PR-текста

Владеть:

методиками создания эффективного PR-текста

навыками создания PR-текстов с использованием различных знаковых систем

технологией создания текста в различных знаковых системах