

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ПРИНЯТО

Ученым советом ГОУ ВПО ДонНУ

27.04.2018 г., протокол № 5

УТВЕРЖДАЮ:

Приказом ректора ГОУ ВПО ДонНУ

С.В. Беспаловой

19.05.2018 г. № 58/05

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
очная, заочная

Донецк 2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	4
<i>1.1. Образовательная программа (ОП) бакалавриата, реализуемая в ДонНУ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью</i>	4
<i>1.2. Нормативные документы для разработки ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью</i>	4
<i>1.3 Общая характеристика образовательной программы высшего профессионального образования (ВПО)</i>	4
<i>1.3.1. Цель (миссия) ОП бакалавриата</i>	4
<i>1.3.2. Срок освоения ОП бакалавриата</i>	5
<i>1.3.3. Трудоемкость ОП бакалавриата</i>	5
<i>1.4. Требования к абитуриенту</i>	5
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	5
<i>2.1. Область профессиональной деятельности выпускника</i>	5
<i>2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника</i>	6
<i>2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника</i>	6
<i>2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника</i>	6
3. Компетенции выпускника ОП бакалавриата, формируемые в результате освоения данной ОП ВПО	7
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	9
<i>4.1. Учебные планы подготовки бакалавра</i>	9
<i>4.2. Аннотации рабочих программ учебных дисциплин</i>	10
<i>4.3. Аннотации программ учебных и производственных практик.....</i>	122
5. Фактическое ресурсное обеспечение ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в ДонНУ	127
6. Характеристики среды университета, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников	159
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества	161

освоения обучающимися ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
<i>7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации</i>	161
<i>7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников ОП бакалавриата</i>	163
8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся	165
<i>8.1. Система оценки качества образования ДонНУ</i>	165
<i>8.2. Положение о балльно-рейтинговой системе оценки учебных достижений студентов ДонНУ</i>	167
ПРИЛОЖЕНИЕ А	172

1. Общие положения

1.1. Образовательная программа (ОП) бакалавриата, реализуемая в ДонНУ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Образовательная программа (ОП) бакалавриата, реализуемая в ДонНУ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представляет собой комплект документов, разработанный и утвержденный Ученым Советом с учетом требований рынка труда в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (ГОС ВПО).

ОП бакалавриата регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки.

Образовательная программа бакалавриата представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде общей характеристики программы, учебного плана, календарного учебного графика, аннотаций рабочих программ дисциплин, программ практик, оценочных средств, методических материалов.

1.2. Нормативные документы для разработки ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Нормативную правовую базу разработки образовательной программы бакалавриата составляют:

- Закон «Об образовании» МОН ДНР от «19» июня 2015 г.;
- Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (ГОС ВПО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приказ МОН ДНР от 19.04.2016 г. № 385;
- Нормативно-методические документы Министерства образования и науки ДНР;
- Устав ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»;
- Локальные акты ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

1.3. Общая характеристика образовательной программы высшего профессионального образования (бакалавриат)

1.3.1. Цель (миссия) ОП бакалавриата заключается в качественной подготовке кадров, востребованных на современном рынке труда с учетом социального заказа и в соответствии с требованиями нового информационного общества; в развитии у студентов таких профессионально значимых личностных качеств, как гибкость мышления, концентрация и переключаемость внимания, точность восприятия, логическое мышление, способность обобщать, грамотное употребление языка, эрудиция, творческое воображение, заинтересованность в достижении максимальных результатов профессиональной деятельности, ответственное отношение к выполнению порученных дел, а также в формировании общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в поддержании традиций высшего

гуманитарного филологического образования; в обновлении и развитии образовательных стратегий и технологий с опорой на передовой мировой опыт.

1.3.2. Срок освоения ОП бакалавриата: 4 года, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации.

1.3.3. Трудоемкость ОП бакалавриата: 240 зачетных единиц, включая все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ОП.

Форма обучения: очная, заочная.

1.4. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании.

Для абитуриентов, поступающих в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» на направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, творческий конкурс является профилирующим экзаменом. Его цель заключается в определении уровня профессиональной ориентированности абитуриента и его личностно-психологических (творческих) предпосылок к овладению профессиональными компетенциями специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

Творческий конкурс – это профессионально ориентированный экзамен, во время которого абитуриент демонстрирует знания и навыки, свидетельствующие о его профессиональных склонностях к рекламной, журналистской и редакционной работе.

Творческий конкурс дает возможность оценить такие способности, личностные качества, знания, умения и навыки абитуриента, как: творческие способности; креативность; социальную ориентированность; осведомленность об актуальных событиях и проблемах, освещаемых современными средствами массовой информации; широта кругозора; ориентированность в сфере масс-медиа; мотивация выбора профессии; самостоятельность суждений; навыки устной и письменной коммуникации.

Творческий конкурс состоит из двух этапов:

– первый этап – аудирование с трансформацией услышанного и увиденного в произведение масс-медиа;

– второй этап – сочинение (на предложенную тему), которое озвучивается абитуриентом в процессе устной беседы. Основная задача – выявить мотивированность выбора профессии, представление о средствах массовой коммуникации; уровень социальной ориентированности. Беседа проводится в свободной форме, вопросы и ответы протоколируются.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- медиарилейшнз, медиакоммуникации;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение;
- массовую информацию, передаваемую по каналам печатных и интернет-СМИ и адресованную целевым аудиториям печатных и интернет-СМИ с учетом таких социальных конструктов, как: этнос, пол, возраст, социальный статус и пр.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника:

- информационно-коммуникативные объекты (издательства, пресс-службы, рекламные и PR-агентства);
- государственные структуры разных уровней, органы местного самоуправления;
- печатные и интернет-средства массовой информации (газеты, журналы, информационные агентства), теле-, радиокomпании, негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации;
- научные и образовательные учреждения и организации.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника:

- организационно-управленческая – участие в организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы;
- проектная – участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;
- коммуникационная – участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- рекламно-информационная – разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции;
- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая – участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований.

При разработке и реализации программ бакалавриата образовательная организация ориентируется на конкретный вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится бакалавр, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательского и материально-технического ресурса образовательной организации.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая деятельность:

– участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью организации (учреждения, фирмы);

– участие в формировании эффективных внутренних и внешних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

проектная деятельность:

– участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

– подготовка проектной и сопутствующей документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

коммуникационная деятельность:

– участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

– участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

рекламно-информационная деятельность:

– разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

– участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

– написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

3. Компетенции выпускника ОП бакалавриата, формируемые в результате освоения данной ОП ВПО

Результаты освоения ОП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общекультурными компетенциями (ОК):

– способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

– способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

– способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

– способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

общефессиональными компетенциями (ОПК):

- способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы и связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

профессиональными компетенции в области организационно-управленческой деятельности (ПК):

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

профессиональными компетенциями в области проектной деятельности:

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);

профессиональными компетенциями в области коммуникационной деятельности:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

профессиональными компетенциями в области рекламно-аналитической деятельности:

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

профессиональными компетенциями в области рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности:

- владением компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- владением навыками медиамониторинга, написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В соответствии с ГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ОП регламентируется учебным планом бакалавриата; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин; материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

4.1. Учебные планы подготовки бакалавра

В учебном плане отображена логическая последовательность освоения циклов и разделов ООП (дисциплин, модулей, практик), обеспечивающих формирование

компетенций. Указана общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах. Для каждой дисциплины, модуля, практики указаны виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

Основная образовательная программа бакалавриата предусматривает изучение следующих учебных блоков:

общенаучный блок;

профессиональный блок

и разделов:

физическая культура;

учебная и производственные (в том числе преддипломная) практики;

итоговая государственная аттестация.

Каждый учебный блок имеет базовую (обязательную) часть и вариативную (профильную), устанавливаемую вузом. Вариативная (профильная) часть дает возможность расширения и (или) углубления знаний, умений, навыков и компетенций, определяемых содержанием базовых (обязательных) дисциплин (модулей), позволяет обучающимся получить углубленные знания и навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) продолжения профессионального образования в магистратуре.

Базовая (обязательная) часть «Общенаучного блока» должна предусматривать изучение следующих обязательных дисциплин: «История», «Философия», «Иностранный язык».

В соответствии с требованиями ГОС ВПО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью максимальный объем учебных занятий обучающихся не превышает 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению ООП.

Максимальный объем аудиторной учебной нагрузки в неделю при освоении ООП в очной форме обучения составляет 30 академических часов. В указанный объем не входят обязательные аудиторные занятия по физической культуре.

Максимальный объем аудиторной учебной нагрузки в год при освоении ООП в заочной форме обучения не превышает 30% академических часов от дневной формы обучения.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе составляет не менее 20% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не превышает 40% аудиторных занятий.

Базовый учебный план представлен в Приложении А.

4.2 Аннотации рабочих программ учебных дисциплин

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины ОНБ.Б.1 «Иностранный язык»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Иностранный язык» является базовой частью общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой английского языка для естественных и гуманитарных специальностей.

Вузовская программа продолжает формирование иноязычной компетенции, опираясь на умения и навыки, приобретенные в процессе изучения иностранного языка в школе.

Цели и задачи дисциплины:

Цель: довести уровень владения английским языком студентами специальности «Журналистика» до уровня B1+ - B2 в соответствии с CERF.

Задачи: сформировать чувство уважения традиций и ценностей культуры собственной страны и англоязычных стран при их сопоставлении, расширить общий кругозор студентов, обогатить их сведениями о географии, культуре и быте стран изучаемого языка; совершенствовать навыки и умения практического владения иностранным языком в основных формах и функциональных сферах его актуализации; готовить публичные выступления по широкому ряду отраслевых вопросов и с применением соответствующих средств вербальной коммуникации и адекватных форм ведения дискуссий и дебатов.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: систему норм современного английского языка, а также общие закономерности, специфические черты и тенденции развития его элементов разных уровней;

Уметь: совершенствовать и активизировать навыки владения иностранным языком как средством межкультурного, межличностного и профессионального общения; продуцировать устное/письменное изложение на основе информации, полученной из звучащих текстов, кинофильмов и т.д.; анализировать и определять характерные особенности англоязычной речи носителей языка из разных стран, регионов и социальных слоев; ориентироваться в лингвистических справочных и нормативных изданиях по тематике курса; применять полученные знания при грамотном оформлении своей речи и максимально приблизить ее к нормам английского языка.

Владеть: расширенным словарным запасом в пределах специально отобранной тематики и углублёнными лингвокультурологическими знаниями, способствующими повышению коммуникативной компетенции обучаемых; твёрдыми навыками просмотрового чтения художественных текстов, а также текстов из общественно-политической и социально-культурной сфер с последующей краткой передачей их содержания на английском языке; точностью и адекватностью письменной речи; навыками устного и письменного перевода.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6) **профессиональных компетенций** (ПК-4, ПК-6, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Место и роль современного английского языка в функциональной парадигме современного гуманитарного знания. Функции современного английского языка в мировой языковой ситуации и современной

коммуникативной практике. Особенности фонетической, лексической и лексико-фразеологической системы современного английского языка. Современная лексикографическая практика. Система словообразования современного английского языка.

Виды контроля по дисциплине: зачет (1 семестр), экзамен (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лабораторные (88 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (92 ч). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лабораторные (20 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (160 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы дисциплины** **ОНБ.Б.2 «История»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «История» является базовой частью общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой истории.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Философия».

Цели и задачи дисциплины: дать студентам современное представление об основных этапах Отечественной истории во взаимосвязи с историей мировых цивилизаций; углубить и расширить исторические знания студентов, приобретенные в средней школе и средних специальных учебных заведениях; сформировать у студентов основы исторического типа мышления.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные исторические факты; понятия; даты; события; имена и деяния исторических персоналий, в т.ч. выдающихся ученых историков; историю развития Российской государственности, социально-экономических, внутривластных, внешнеполитических и культурных отношений; особенности становления Российской цивилизации, ее место в мировом сообществе цивилизаций.

Уметь: анализировать исторический, хронологический, графический материал, представленный в описательном или табличном виде; актуализировать исторические факты, соотносить их с современностью; формулировать определения исторических понятий, выводы, обосновывать их; давать развернутую характеристику исторических явлений, процессов и деятелей; кратко характеризовать основные периоды развития общества; составлять различные текстовые таблицы (причем и с самостоятельным определением формы), цифровые графики и диаграммы.

Владеть: навыками работы с научной, справочной литературой (словарями, указателями, каталогами, электронными носителями); основами исторического мышления; навыками проведения сравнительного анализа фактов и явлений общественной жизни на основе исторического материала.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных компетенций* (ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7).

Содержание дисциплины: изучение дисциплины включает 18 тем.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (1 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (100 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **ОНБ.Б.3 «Философия»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Философия» является базовой частью общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой философии.

Основывается на базе дисциплин: «Химия», «Физика», «Биология».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория общественного мнения», «Коммуникативная логика».

Цель дисциплины: освоение философских и методологических оснований научного знания.

Задачи: ознакомить студентов с особенностями функционирования науки как особого вида познания; сформировать представление об основных исторических этапах развития науки; дать представление об основных концепциях философии науки; научить использованию научной методологии; способствовать выработке навыков научного мышления, работы с научными текстами, пользования справочной литературой.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные особенности науки как особого вида знания, деятельности и социального института; основные исторические этапы развития науки; разновидности научного метода; особенности функционирования в широких социально-культурных контекстах; классические и современные концепции философии науки, философские основания естественных наук;

Уметь: ориентироваться в основных мировоззренческих и методологических проблемах, возникающих на современном этапе развития науки; квалифицированно организовывать процесс научного исследования, обоснованно конструировать его теоретические основания;

Владеть: терминологическим аппаратом философии науки; методами и приемами логического анализа; культурой научного мышления и навыками выступления перед аудиторией; основными традиционными и современными методами научного познания.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных компетенций* (ОК-1; ОК-2; ОК-7); *общепрофессиональных* (ОПК-4), *профессиональных компетенций* (ПК-7; ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Наука как сфера культуры. Развитие науки в Древнем мире и в Средние века. Генезис новоевропейского естествознания. Становление методологии научного познания. Доктрина сциентизма. Становление теоретической и философской герменевтики. Обыденное и научное знание. Становление критериев научности. Возникновение и перспективы научно-технической цивилизации. Научные сообщества. Этика и профессиональная ответственность ученого. Понятия научного факта, эмпирических обобщений, частно-теоретических схем и фундаментальных теорий. Социально-культурные и философские основания науки. Общенаучные познавательные подходы и методы. Методы эмпирического и теоретического исследования. Кризисы и революции в развитии науки. Классическое, неклассическое, постнеклассическое в истории развития социально-гуманитарных наук. Проблема истины.

Формы контроля по дисциплине: экзамен (4 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (16 ч.), практические (14 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ОНБ.В.1 «Русский язык и культура речи»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Русский язык и культура речи» является вариативной частью общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе знаний, полученных в школе.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Современный русский язык в СМК», «Копирайтинг», «Деловая документация», «Журналистские жанры».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: обучение теоретическим и практическим основам культуры устной и письменной речи как составной части интеллектуально-профессионального развития студентов университета, совершенствование навыков грамотного письма и говорения.

Задачи: сформировать умение соотносить ситуацию общения и выбор языковых средств; повысить практическую грамотность через усвоение норм литературного языка; научить анализировать речь собеседника; выработать навыки, обеспечивающие оптимальное речевое поведение, которое позволит отстаивать личные цели при помощи речи; выработать у студента умение грамотно в орфографическом отношении оформить любую языковую единицу.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные категории и содержание дисциплины, научиться практически применять приобретенные знания для продуктивного участия в процессе общения, достижения своих коммуникативных целей; возможности использования языковых и речевых средств, принципы их употребления, способы трансформации и различные возможности перехода от одного словесного материала к другому в зависимости от его функционально-стилевой направленности;

Уметь: использовать полученные в рамках лекционных занятий теоретические знания в процессе общения для достижения своих коммуникативных целей;

Владеть: культурой монологической и диалогической речи, орфографическими, орфоэпическими, лексическими, грамматическими, пунктуационными и стилистическими нормами современного русского языка.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-3), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины: Русский язык и культура речи как научная дисциплина. Устная и письменная разновидности литературного языка. Нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи. Оратор и его аудитория. Языковые особенности устной речи. Культура речи как явление общественной жизни. Коммуникативные качества культурной речи. Правильность как коммуникативное качество культурной речи. Коммуникативно-целесообразные качества речи. Действенность как коммуникативное качество речи. Речевые нарушения в устном и письменном высказывании и пути их преодоления. Виды и причины языковых ошибок и коммуникативных неудач. Взаимодействие функциональных стилей. Язык художественной литературы. Жанровая дифференциация и отбор языковых средств в публицистическом стиле. Особенности устной публичной речи. Реклама в деловой речи. Речевой акт как целостное культурное образование. Основы теории культурной и грамотной русской речи. Механизмы, управляющие устной и письменной речью. Культура речи во взаимодействии с другими науками.

Виды контроля по дисциплине: зачет (1 и 2 семестр), экзамен (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лабораторные (106 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (110 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лабораторные (22 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (194 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **ОНБ.Б.2 «Религиоведение»**

Логико-структурный анализ дисциплины: дисциплина «Религиоведение» является вариативной частью общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете кафедрой философии.

Цели и задачи дисциплины:

Предметом дисциплины являются: основные характеристики и особенности религий мира.

Цель дисциплины: формирование у студента целостного, четкого и ясного представления об изучаемом предмете. По окончании курсов студенты должны обладать необходимыми знаниями, а также владеть навыками самостоятельной работы с источниками по религиоведческой проблематике. Задачи: изучение основной проблематики в рамках тем: «Религия древнего Египта», «Религии Месопотамии и Угарита», «Религии Греции и Рима», «Зороастризм», «Религии Китая и Японии», «Ислам», «Религии Индии», «Буддизм», «Иудаизм», «Христианство».

Требования к уровню освоения содержания дисциплины.

По окончании курса студент должен знать: основные составляющие религий мира, их исторический путь, понимать культурную значимость, знать священные тексты религиозных традиций и основные их толкования; уметь: ориентироваться в религиозной проблематике и делать самостоятельные суждения; владеть: навыками анализа религиоведческой исторической проблематики.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-3, ОК-), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-11, ПК-14, ПК-16) выпускника.

Содержание дисциплины: Понятия: вера и религия. Возникновение религиозной веры в истории человечества. Структура, формы и типы религии. Единые черты религиозных учений. Религиозная символика. Науки о религии. Функции религии. Примитивные формы верований: тотемизм, фетишизм, анимизм, магия, погребальный культ. Ранние формы религиозных верований: культ священных вождей, аграрный культ, шаманизм. Религия Древнего Египта: космогония, боги, представление о человеке, значение египетской культуры для современности. Религия Древней Греции: олимпийский пантеон богов, особенности религии греков. Зарождение буддизма, основоположник, учение Будды, буддистская община, значение и особенности буддизма. Понятие иудаизма, письменные источники, исторические этапы становления, обряды и запреты, особенности и значение. Происхождение христианства. Источники. Исторические условия становления. Иудейское христианство. Личность Иисуса. Становление церковной организации. Распространение христианства. Христианская догматика. Раскол христианской церкви на западное и восточное направления. Причины раскола. Разница в догматах и таинствах. Протестантское движение. История становления ислама: доисламская эпоха, посланник Аллаха Мухаммед, его жизнь и учение, начало мусульманской эры. Священные книги. Основные принципы ислама. Нетрадиционные религии Нового времени: причины появления и распространения, общая характеристика, классификация сект, типичные и уникальные черты, техники воздействия на людей. Религия в современном мире.

Формы контроля по дисциплине: зачет (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.) занятия и

самостоятельная работа студента (66 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины ОНБ.В.3 «Политология»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Политология» является вариативной частью общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой политологии.

Основывается на базе дисциплин: «История».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии связей с общественностью (Технологии PR в сфере политики)».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: ознакомить студентов с основными проблемами политической теории, связанными с определением ее объекта и предмета, внутренней логики и методов анализа политических явлений, самых общих и базовых понятий (например, «власть», «политика», «государство», «политическая культура» и т.д.);

Задачи: привлечь внимание к институционально–правовым аспектам политики и в первую очередь к институтам государственной власти, управления, к принципам формирования и деятельности политических партий, общественных движений.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: историю и основные модели современных политических практик, технологии политических процессов;

Уметь: использовать методы современной политической науки и политического анализа; понимать, излагать и критически анализировать базовую общеполитологическую информацию;

Владеть: способностью использовать теоретические общеполитологические знания на практике.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-6) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Политология как наука и учебная дисциплина. Объект, предмет и метод политической науки. История политических учений. Политическая жизнь и властные отношения. Политическая власть. Роль и место политики в жизни современных обществ. Политическая система. Государство в политической системе общества. Типология и сравнительный анализ политических режимов. Гражданское общество, его происхождение и особенности. Особенности становления гражданского общества в России. Личность и социальные группы в политике. Политическое лидерство. Политическая элита. Политические партии и электоральные системы. Политические организации и движения. Политическая культура. Политические отношения и процессы. Политическое развитие. Политические конфликты и способы их разрешения. Политические технологии. Политический менеджмент. Политическая модернизация. Мировая политика и

международные отношения. Политическая футурология и политическое прогнозирование.

Виды контроля по дисциплине: зачет (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (66 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.1 «Теория массовых коммуникаций»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Теория массовых коммуникаций» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности», «Психология массовых коммуникаций».

Цели и задачи дисциплины: формирование у студентов сознательной установки на уникальные способы выражения мысли в результате выбора языковых средств в соответствии с условиями и задачами общения, развитие чувства стиля (соразмерности и сообразности в употреблении языковых единиц), приобретение и закрепление навыка речевого контроля, позволяющего говорящему сознательно воздействовать на свою речь с целью её совершенствования.

Задачи: изучение коммуникативных качеств хорошей речи; овладение нормами литературного языка (акцентологическими, орфоэпическими, лексическими, словообразовательными, морфологическими, синтаксическими); освоение стилистических норм, а также умения говорить и писать в соответствии с целями, задачами, условиями общения; обучение анализу текста, созданного в рамках одного из функциональных стилей литературного языка; формирование навыков незатрудненного и целесообразного речевого взаимодействия.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать основные коммуникативные качества хорошей речи;

Уметь создавать письменные и устные тексты в соответствии с целями и задачами общения;

Владеть нормами литературного языка, а также навыками незатрудненного и целесообразного речевого взаимодействия.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных* (ОК-1, ОК-3), *общепрофессиональных* (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3) *профессиональных компетенций* (ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6) выпускника.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (1 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы дисциплины** **ПБ.Б.2 «Жанры рекламных и PR-текстов»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Жанры рекламных и PR-текстов» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой гражданского права и процесса.

Основывается на базе дисциплин: «Введение в специальность», «Теория массовых коммуникаций», «Журналистские жанры».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Копирайтинг».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: формирование у студентов целостной и взаимосвязанной системы представлений о рекламном тексте как о коммуникативной единице в сфере маркетинговой коммуникации и как об инструменте коммуникатора.

Задачи: ознакомить студентов с общетеоретическими вопросами по тематике курса, технологиями создания рекламного текста; закрепить изучение лекционного материала в процессе семинарских занятий, выполнения заданий рейтинговой программы и самостоятельной работы студентов.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: особенности композиционной структуры рекламного текста; жанры рекламы; специфику и компоненты разнообразных рекламных средств общения; атрибуцию рекламного текста; сущностные характеристики PR-текстов;

Уметь: анализировать вербальную рекламную коммуникацию в контексте языковой картины мира; ориентироваться в содержании коммуникативной функции рекламного текста, которое проявляется в своеобразном взаимоотношении между автором, создаваемым текстом (образами и персонажами рекламных роликов) и читателем; правильно интерпретировать используемые вербальные средства передачи рекламной информации; анализировать западноевропейскую и американскую культуру в области рекламоведения; применять полученные теоретические знания на практике;

Владеть: навыками написания и редактирования PR-текстов; навыками создания удачного рекламного текста и успешной рекламной коммуникации,

умением избегать коммуникативных помех и ошибок; навыками использования секретов рекламоведения для привлечения внимания адресата к рекламируемому объекту.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных* (ОК-4, ОК-6), *общепрофессиональных* (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3), *профессиональных* компетенций (ПК-4, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Эффективность вербальных коммуникаций. Атрибуция рекламного текста по формальным признакам. Коммуникативная природа рекламного текста. Композиционная структура рекламного текста. Жанры рекламы. Способы изложения и виды текста. Языковые уровни. Языковые нормы и их нарушения на разных уровнях языка. Язык современной рекламы. PR-текст: сущностные характеристики. Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов. Жанровая характеристика комбинированных PR-текстов. Жанровая характеристика медиатекстов и смежных текстов.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (132 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.3 «Коммуникативная логика»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Коммуникативная логика» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Философия», «Теория массовых коммуникаций», «Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Современный рекламный и PR-текст», «Теория и практика рекламы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: сформировать знания о понятиях логики, разделах, основных единицах и операциях коммуникативной логики, основных законах логики.

Задачи: познакомить с основными современными средствами и методами коммуникативной логики, с видами и формами доказательной и аргументированной речи; научить использованию основных законов логики в сфере рекламы и связей с общественностью; изучить методы и средства прогнозирования коммуникативной деятельности, коммуникативные стратегии.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные понятия коммуникативной логики, базовые логические законы; типы логического мышления, типы коммуникативных актов, доказательств и аргументов согласно цели высказывания;

Уметь: оперировать видами речевой деятельности (речью, слушанием, письмом, чтением) в аспекте их анализа и контроля с опорой на законы логики; проявлять способность к эффективной коммуникации любого уровня и любой направленности; пользоваться инструментарием осуществления коммуникативных действий, следуя логической культуре мышления;

Владеть: навыками аргументации собственной позиции; манерой выступления в соответствии с правилами логической аргументации; современной методологией обоснования принятых решений и выбора стратегии деятельности с учетом общечеловеческих ценностей, личных, общественных, государственных интересов.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-7), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-3), **профессиональных компетенций** (ПК-6, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Общее понятие коммуникативной логики. Основные разделы логики как науки. Основные единицы логики. Понятия и типы отношений между понятиями. Суждение и высказывание, типы отношений между ними. Умозаключение. Правила простого категорического силлогизма. Аналогия, доказательство и полемика. Законы логики и их применения в коммуникативных актах.

Виды контроля по дисциплине: зачет (5 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы дисциплины** **ПБ.Б.4 «Медиакритика»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Медиакритика» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Журналистские жанры».

Цели и задачи дисциплины:

Образовательные цели освоения дисциплины: обеспечение профессионального образования, способствующего успешному применению знаний к оценочному познанию социального функционирования средств массовой информации в современном медиатизированном обществе; формирование у студентов системы знаний о журналистской критике средств массовой информации (медиакритике), её предназначении, функциях, видах, роли в обеспечении

постоянного взаимодействия между СМИ и медийной аудиторией, социумом в целом.

Профессиональные цели освоения дисциплины: подготовка студентов к профессионально-творческой деятельности в качестве медиакритика, к решению типовых и нестандартных задач производственной деятельности в составе медийных организации либо государственных и общественных организаций; формирование у студентов практических навыков корректного критического анализа медийных текстов всех видов СМИ.

Задачи: формирование знаний о сущности и специфике журналистской критики средств массовой информации, её творческих ресурсах и возможностях в воздействии на медийную сферу современного общества; формирование умений подготовки медиакритических работ различных жанров, обработки и интерпретации полученных эмпирических данных в процессе написания критико-журналистских произведений; формирование умений и навыков анализа, интерпретации и оценки явлений и процессов в медийной сфере.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы медиакритики, ее цели, задачи и предмет; типы медиакритики; особенности медиакритики как одной из форм саморегулирования журналистского сообщества, этического аудита журналистики;

Уметь: самостоятельно анализировать медийные произведения; вырабатывать собственные критерии анализа на примерах из практики отечественных и зарубежных критиков; реализовывать концепцию медийного образования;

Владеть: способностями применения понятий «критика», «медийная критика», «саморегулирование журналистики», «медийное образование», «медийная грамотность», «мораль», «нравственность», «оценка», «поведение», «этика», «цензура» к конкретному медиапродукту для определения степени его качества; навыками ориентации в функциональном, жанровом и стилистическом разнообразии произведений ведущих критиков прессы России, давать оценку их адекватности.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-6, ОК-7), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-7, ПК-9, ПК-10) выпускника.

Содержание дисциплины: «Введение. Сущность медиакритики», «Журналистская картина мира. Медийная критика как форма саморегулирования журналистского сообщества», «Язык и интерпретация. История медиакритики», «Аксиологическая функция СМИ», «Концепция М. Маклюэна», «Виды и жанровое разнообразие медиакритики», «Разновидности медиакритики по видам СМИ», «Аргументация в медиакритике. Комментирование и цитирование».

Виды контроля по дисциплине: экзамен (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), лабораторные (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (84 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (132 ч.)

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.Б.5 «Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Русский язык и культура речи».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Современный рекламный и PR-текст».

Цели и задачи дисциплины: получение обучающимися знаний о рекламе как системе интегрированных коммуникаций.

Требования к освоению учебной дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать: основные положения системы интегрированных коммуникаций; нормы современного литературного языка; классические и модели речепорождения, основные положения теории аргументации; основные механизмы речевого воздействия, признаки текстов с повышенным воздействующим потенциалом, традиционные и современные методики риторического анализа;

Уметь: моделировать образ учитывая социально-личностные, профессиональные качества; создавать убеждающие тексты, соответствующие нормам современного литературного языка; уметь: создавать убеждающую речь;

Владеть: методиками анализа воздействующего потенциала высказывания; методиками анализа целевой аудитории; знаниями об основных этапах выстраивания системы интегрированных коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-7), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-3), **профессиональных компетенций** (ПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины: Риторика как дисциплина. Речевое воздействие как базовая категория риторики. Риторические аспекты понимания высказывания. Риторические аспекты порождения высказывания.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (4 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3,5 зачетные единицы, 126 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), лабораторные (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (66 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (114 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.Б.6 «Современный рекламный и PR-текст»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Современный рекламный и PR-текст» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Современный русский язык в СМК».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Медиакритика».

Цель: формирование теоретико-методологических основ знаний и закрепление устойчивых профессионально-практических навыков современного спичрайтинга в структурах органов административно-политического управления, предпринимательских, коммерческих и общественных организаций; формирование системных представлений, устойчивых знаний обучающихся о месте, роли, функциях и содержании деятельности спичрайтера в различных областях профессиональной деятельности будущего бакалавра в сфере связей с общественностью и рекламы.

Задачи: дать студентам комплексные теоретические представления и углубленные прикладные знания об основных задачах и функциональных особенностях становления, современного состояния и перспективах развития профессиональной сферы спичрайтинга; сформировать и закрепить навыки критично-смыслового анализа, речесмыслового моделирования, написания и оформления специальных (тематических) текстов; совершенствовать навыки, закрепить креативные способности студентов в вопросах методологии, методики и технологий практической деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в области работы с тестами различных - по жанровой и содержательной направленности, текстов (устные, письменные).

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: виды, средства, формы и методы речевых коммуникаций в рыночной среде; бизнес-этикет, принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций; основы правового и саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; виды речи, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения.

Уметь: составлять документы делового, научно-делового, рекламного характера; готовить материалы к докладам и другим документам; консультировать руководителя по многим специальным вопросам; редактировать чужую рукопись или текст, готовящийся к изданию и переизданию; корректировать верстку (гранки), вычитывать рукопись собственного или чужого произведения; рецензировать материалы делового и научного характера в рамках своей профессиональной компетенции.

Владеть: базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; навыками литературного редактирования, спичрайтинга, копирайтинга и др.); традиционными и современными технологиями спичрайтерской, навыками проведения ситуационного анализа текстовых документов, работы с рекламными и PR-текстами на родном и

иностранных языках, способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена; методами речевой коммуникации в кросс-культурном пространстве.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4), **профессиональных компетенций** (ПК-2, ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Спичрайтерство как понятие и специфическая область профессиональной деятельности ПР-специалиста. Спичрайтинг и его востребованность в политике и бизнесе. Спичрайтинг в функциональной системе профессиональных задач специалиста в сфере интегрированных маркетинговых коммуникаций. Принципы и методы взаимодействия с общественностью посредством спичрайтинга. Виды и особенности составления текстов. Виды публичной речи. Методы, техники и способы речевого изложения текстовых документов. Деловое письмо. Определение формата выступления. Публичные выступления и спичрайтинг. Речевой этикет. Деловые и торжественные встречи и мероприятия в системе задач профессиональной деятельности спичрайтера. Интернет как эффективный источник информации и важнейший информационно-коммуникационный канал в системе функциональных задач профессиональной деятельности спичрайтера.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.7 «Технические средства массовой информации»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Технические средства массовой информации» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Новые медиа и коммуникационные технологии», «Визуальные технологии в рекламе и PR (Фотографика и бильд-редактура)».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: ознакомить студентов с основными принципами организации производственно-творческой деятельности редакционного коллектива, со структурой и характером работы телевидения, редакций газет разных типов, организацией конкретной деятельности по выпуску газетного номера.

Задачи: составить представление и первичные навыки о технических средствах, применяемых журналистами, в периодических изданиях, телевидении и

радиовещании; изучить обработку видео, звукозаписи в профессиональных программах; сформировать базовые практические навыки создания и монтажа видео материалов; обучить работе с записывающими устройства; скомбинировать теоретические и практические навыки в работе журналиста.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: средства сбора, сохранения и передачи звуковой информации; средства и способы получения фото - и видеoinформации; общие приемы обработки информации; этические нормы и профессиональные стандарты работы журналиста;

Уметь: работать с профессиональным оборудованием; работать в специализированных редакторских программах; организовывать и планировать подготовку для изготовления журналистского продукта; придерживаться профессиональных стандартов;

Владеть: общими навыками использования аппаратурой; навыками съёмки фото и видео материалов; основами цифрового редактирования контента.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-4, ОК-6, ОК-7), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3) **профессиональных** компетенций (ПК-4, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Организация работы с техническими средствами в системе практической подготовки журналиста. Общий обзор технологий современных медиа. Тенденции развития медиа-технологий на современном этапе. Виды технических средств и их применение на практике. Особенности технической структуры современной редакции. Ознакомление с современной оргтехникой и умение правильно использовать ее при работе. Аппаратно-программный комплекс оборудования редакций. Практическое использование инструментария в работе журналиста. Что должна уметь камера репортера. Основные требования к репортажному фотоаппарату. Воспроизведение изобразительных оригиналов. Средства и технологии обработки видеoinформации. Кодирование видеoinформации. Видеооборудование и программы. Запись видео. Оцифровка и обработка видео. Изучение основных параметров камеры. Стабилизация изображения. Виды монтажа. Технический практикум. Основы работы в Adobe Photoshop. Рабочий инструментарий. Основная рабочая среда, вкладка Фотографии, векторная графика. Работа с корректирующими слоями. Основы ретуши портретов. Коллажирование. Работа с цветом в цифровом изображении. Основы верстки. Технические особенности. Обзор звукового редактора. Общие настройки. Работа с файлами.

Основные технические средства и технологии обработки звуковой информации. Кодирования аудиоинформации. Звуковое оборудование и программы. Запись звука. Оцифровка и обработка звука.

Виды контроля по дисциплине: зачет (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2,5 зачетные единицы, 90 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лабораторные (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (56 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (84 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.Б.8 «Новые медиа и коммуникационные технологии»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Новые медиа и коммуникационные технологии» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность», «Технические средства массовой информации».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Журналистский практикум (Интернет-СМИ)», «Копирайтинг».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: сформировать системное представление у студенческой аудитории об организации деятельности новых медиа, специфике коммуникации в виртуальном пространстве, ознакомить студентов с использованием инструментария современных коммуникационных средств в практике выполнения профессиональных журналистских обязанностей.

Задачи: сформировать у студентов комплекс знаний об истории развития, базовых атрибутивных особенностях новых медиа; познакомить со средствами коммуникации и технологиями сети Интернет; научить студентов использованию коммуникационных технологий в процессе сбора, обработки и передачи информации.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

ориентироваться в системе вопросов, связанных функционированием новых медиа и использовании современных средств коммуникации в практике журналистской деятельности;

знать атрибутивные особенности новых медиа, их роль и место в системе СМИ и СМК; специфику коммуникационных процессов в глобальной сети; способы применения функциональных возможностей новых медиа в выполнении профессиональных журналистских обязанностей;

уметь ориентироваться в перспективах и современном состоянии развития современных медиа; использовать механизмы коммуникационных технологий как инструменты построения эффективной коммуникации и противостояния интернет-агрессии.

владеть навыками осуществления коммуникативных актов посредством новых каналов распространения информации; навыками работы с программным обеспечением доступа и работы в Сети, а также информационными интернет-ресурсами.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных* (ОК-1, ОК-3, ОК-7, ОК-8), *общепрофессиональных* (ОПК-1, ОПК-8), *профессиональных компетенций* (ПК-2, ПК-3, ПК-5).

Содержание дисциплины: Новые медиа: история развития, атрибутивные особенности. Интернет-пространство как площадка реализации журналистских действий. Коммуникационные технологии новых медиа: программно-прикладной аспект. Гражданская журналистика: блог, стрим, социальные сети. Методы противодействия интернет-агрессии. Конвергентные процессы в журналистике и новые медиа.

Виды контроля по дисциплине: зачет (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (16 ч.), лабораторные (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (58 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.9 «Основы компьютерной верстки и макетирования»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Основы компьютерной верстки и макетирования» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Новые медиа и коммуникационные технологии», «Визуальные технологии в рекламе и PR (Фотографика и билд-редактура)».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Креатив в рекламе и связях с общественностью (Проектирование рекламного продукта)», «Креатив в рекламе и связях с общественностью (Креативные технологии в рекламе)».

Цели и задачи дисциплины

Цель: сформировать у будущих специалистов-журналистов практические навыки электронной верстки и макетирования печатных СМИ, на основе применения основных методов и приемов дизайна создания журналистского произведения.

Задачи: ознакомить студентов с современными принципами газетной и журнальной верстки, с основами допечатных процессов, расположения иллюстрационного и текстового материала; обучить новым технологиям СМИ и навыкам их применения в практике создания СМИ; изучить назначение и возможности программ Corel draw, Photoshop, Xara, программы "PageMaker и применять их в создании учебных изданий; обучить электронной верстке газетной полосы, рекламного объявления, номера издания.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику новых печатных форматов, особенности производства печатных информационных продуктов, возможности интерактивных карт и графиков (инфографики); основы допечатных процессов, расположение иллюстрационного и текстового материала;

Уметь: снимать, редактировать, оптимизировать и фрагментировать изображения печатного СМИ;

Владеть: новыми технологиями СМИ и навыкам их применения в практике создания СМИ; пользоваться возможностями программ Corel draw, Photoshop, Xara, программы "PageMaker и применять их в создании учебных изданий; электронной версткой газетной полосы, рекламного объявления, номера издания.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-8, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Типологический статус издания как концептуальный фактор формообразования. Графический дизайн и электронная верстка - два дополняющих друг друга средства подачи информации. Изучение программ Corel draw, Photoshop, Xara, PageMaker.

Разработка шаблонов страниц и модульной сетки. Начертание и внешний вид текста Подготовка компонентов публикации. Компонировка текста и графики. Импорт рисунков и фотографий в PageMaker, маскирование их, применение к ним эффектов графического редактора PhotoShop. Обтекание рисунков текстом. Общее и особенное в дизайне газет, журналов и электронных СМИ.

Виды контроля по дисциплине: зачет (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2,5 зачетные единицы, 90 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (20 ч.), лабораторные (20 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (50 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (80 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.10 «Введение в специальность»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Введение в специальность» является базовой дисциплиной профессионального цикла подготовки специализированных кадров, является обязательной при реализации основных образовательных программ подготовки бакалавров по профилю подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Технологии связей с общественностью», «Журналистские жанры».

Цели и задачи дисциплины.

Цель - получение первичных представлений о профессии рекламиста, истории ее возникновения, методологии и видах деятельности, функциях средств массовой информации, основах современного законодательства и этике журналиста.

Задачи: ознакомиться с принципами работы различных средств массовой информации (пресса, радио, телевидение, информационные агентства, интернет-издания) и журналистскими профессиями (корреспондент, редактор, обозреватель, комментатор, ведущий и др.); получить представление об исторических корнях, создании и развитии журналистики как рода человеческой деятельности, средствах отражения общественной жизни и формирования общественного сознания; получить первичные представления о методологии и методике изучения рекламы и связей с общественностью, усвоить понятийный аппарат и практический смысл теории рекламы; ознакомиться с основами современного законодательства в области СМИ и этическими нормами журналистской профессии.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

Знать: суть рекламной деятельности, основные понятия и термины в рекламе и связях с общественностью, стандарты, формы и методы работы специалиста по рекламе, основные виды и жанры рекламы;

Уметь: применять на практике различные методы работы специалиста по рекламе, использовать формы общения согласно деловому этикету журналиста, действовать в соответствии с основными правами и обязанностями рекламщика.

Владеть: основными понятиями и терминами в рекламе.

Содержание дисциплины. Суть рекламной деятельности, этапы работы журналиста, схема функционирования СМИ. Сущность работы отдела по связям с общественностью и их предназначение. Понятие информации, особенности журналистской информации. Общественные функции рекламы и связей с общественностью: информационная, пропагандистская, организаторская, рекреативная, культурно-просветительская, интегративная. Правовые и этические нормы работы специалиста по рекламе. Основные профессии. Качества, необходимые представителям рекламной профессии.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (1 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (132 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы дисциплины** **ПБ.Б.11 «Культурология»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Культурология» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой мировой и отечественной культуры.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Философия», «Корпоративная культура».

Цели и задачи дисциплины:

1. Повышение уровня знаний по истории зарубежного искусства и культуры, практическое их применения в профессиональной деятельности выпускников.
2. Понимание предпосылок зарождения стилей в культуре и искусстве, приобретение навыков анализа произведения искусства.
3. Формирование и развитие историко-культурного мышления у студентов.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные закономерности развития истории и теории зарубежного искусства и культуры; специфику выразительных средств различных видов искусства; особенности жанров и их роль в историческом развитии зарубежного искусства и культуры; исторические факты и имена, связанные с формированием различных культурных феноменов;

Уметь: анализировать произведения зарубежного искусства и культуры, понимать их ценность и взаимосвязь с прошлым и настоящим; а также ориентироваться в специальной литературе, как по профилю своего вида искусства, так и в смежных областях художественного творчества; применять исторического подхода к явлениям культуры; оценивать и осмысливать значимости феноменов искусства и культуры в историческом контексте; самостоятельно создавать и реализовывать творческие проекты на основе полученных знаний по истории зарубежного искусства и культуры;

Владеть: навыками научно-исследовательской деятельности в области истории и теории зарубежного искусства и культуры; анализом произведения зарубежного искусства и культуры; применения такого анализа в будущей профессиональной деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование ***общекультурных*** (ОК-1, ОК-5, ОК-6), ***общепрофессиональных*** (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4), ***профессиональных*** (ПК-4, ПК-6, ПК-8) компетенций студентов.

Содержание дисциплины: Искусство в системе человеческой культуры. Художественная культура: понятие, функции, структуры. Принципы классификации видов искусства. Пространственные виды искусства в системе художественной культуры. История искусствознания. Обзор методологических школ. Стиль в искусстве: понятие и содержание эстетической категории стиля. Динамика в развитии художественных стилей. Архетипы художественного мышления. Проблемы происхождения искусства. Художественный образ и его свойства. Производство искусства в мире художественной культуры. Архаическое искусство. Искусство Древнего Египта. Древнеегипетская живопись, скульптура и архитектура. Принципы канона и язык символов Древнего Египта. Монументализм в искусстве. Скульптура Древней Греции. Канон Поликлета. Особенности развития греческой скульптуры. Греческая вазопись как образ древнегреческой живописи. Греческая керамика. Формы, сюжеты, история развития. Архитектура, ордерная система. Афинский акрополь. Порфенон. Скульптура Древнего Рима. Римский портрет – образы и характеры. Архитектура Древнего Рима. Пантеон. Акведуки. Колизей. Живопись древнего Рима.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (1 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (134 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы дисциплины** **ПБ.Б.12 «Основы рекламоведения»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «(Основы рекламоведения) является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория и практика рекламы», «Рекламный практикум», «Копирайтинг».

Цели и задачи дисциплины: получение базовых знаний в области теоретических основ рекламного дела, его истории и перспектив, технологий, регулирования рекламной деятельности; понимание целей.

Задачи: изучение основных представлений о функционировании современного рынка рекламы; получение системного комплекса знаний о существовании комплекса маркетинговых коммуникаций и их роли в достижении бизнес-целей фирмы; рассмотрение отдельных элементов маркетинговых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на целевые аудитории; изучение зависимостей между этапами жизненного цикла товара на рынке и характером рекламной деятельности; определение места и роли рекламы в системе продвижения, включая новейшие коммуникационные средства и методы; получение студентами навыков стратегического планирования рекламы и разработки тактических мероприятий.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины.

В результате освоения курса студент должен:

Знать: способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень; умением использовать на практике навыки по сбору, обработке и подготовке материалов для организации исследовательских и проектных работ; способностью проявлять инициативу; способностью самостоятельно приобретать новые знания и умения; способностью работать в кросскультурном пространстве;

Уметь: современное состояние рекламы в физической культуре, рекреации и спорте; законы и нормативно-правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы рекламы; международные и российские кодексы профессиональных и этических принципов в области рекламы; термины,

классификацию, схему и участников рекламного процесса; современные рекламные стратегии, особенности рекламных кампаний, основы медиа-планирования;

Владеть: умениями и навыками “сложения дефиниций” (т.е. создания определений того или иного; понятия на основе заданного перечня его существенных признаков) и, наоборот, умениями и навыками “разложения дефиниций” (т.е. выделения в предложенном определении-формулировке всех существенных признаков понятия, входящих в его состав).

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Проблемы развития отечественного и мирового рынка рекламы, перспективные направления рекламной деятельности. Требования к рекламному продукту, его ролевую функцию при воздействии на различные социальные слои, виды рекламы, понятия эффективности рекламы. Значение социологических исследований и их роль в определении стратегии рекламной деятельности. Технологию и средства разработки рекламного продукта. Специфику работы рекламного агентства.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (1 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (134 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.13 «Теория и практика рекламы (Печатно-полиграфическая реклама)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Теория и практика рекламы (Печатно-полиграфическая реклама)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Основы рекламоведения».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Основы компьютерной верстки и макетирования».

Цель: сформировать профессиональные представления в области печатно-полиграфической рекламы.

Задачи: показать возможности применения современных пакетов компьютерных программ в издательской, рекламной и полиграфической деятельности; научить создавать графические элементы оформления средствами компьютерной графики; научить производить необходимую подготовку фотографического иллюстративного материала для дальнейшего использования в публикации; - ознакомить студентов с разнообразными «библиотеками» шрифтов,

графических элементов, рисунков и фотоматериалов и научить пользоваться ими при оформлении печатной продукции.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные участки рынка полиграфических услуг; виды печатных услуг в рекламе; этапы развития полиграфии; современные технологии в печати; виды печатной продукции; основные этапы разработки и производства печатной продукции;

Уметь: оформлять печатно-полиграфическую рекламу; обрабатывать текстовую и рекламную информацию; работать с компьютерными шрифтами;

Владеть: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-8, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Основные участники рынка и виды печатных услуг. Издательская деятельность. Полиграфическая деятельность. Виды «печатных» услуг в рекламе. Работа с текстовой информацией. Понятие текстовой информации и текстового документа. Обработка текстовой информации. Композиционная структура документа. Основные этапы развития полиграфии. Основы типографики. История развития шрифта. Шрифты и их параметры. Компьютерные шрифтовые технологии. Изготовление печатных форм. Виды печатной продукции в рекламе. Современные технологии печати («гравертон», лазерная резка, лазерная гравировка) и их использование в производстве рекламы, упаковки. Рекламные технологии. Этапы разработки и производства печатной рекламы.

Виды контроля по дисциплине: зачет (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (130 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.13 «Теория и практика рекламы (Наружная реклама)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Теория, история и практика рекламы (Наружная реклама)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Теория и практика рекламы», «Технические средства массовой информации».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Креатив в рекламе и связях с общественностью».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: освоение студентами теории и практики рекламных технологий, изучение реального существования наружной рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками.

Задачи: получение представления о рекламном коммуникационном процессе и его компонентах как части современного культурного пространства; знакомство с методами рекламного воздействия; изучение видов наружной рекламы; освоение технологии создания рекламного продукта.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: современное состояние наружной рекламы; современные рекламные стратегии; требования к рекламному продукту, его ролевую функцию при воздействии на различные социальные слои, виды наружной рекламы, понятия эффективности рекламы; технологию и средства разработки рекламного продукта;

Уметь: использовать приемы и средства создания рекламного продукта; использовать навыки для исследования психологического восприятия рекламы потребителем с целью оптимального воздействия наружной рекламы на аудиторию; применять знания в практической деятельности специалиста по связям с общественностью;

Владеть: общими навыками создания макетов наружной рекламы.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-8, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Понятие «наружная реклама». Классификация наружной рекламы. Типология наружных рекламоносителей. Закономерности развития рынка наружной рекламы. Рекламный текст в наружной рекламе. Воздействие на аудиторию. Коммуникационная эффективность наружной рекламы. Форма и содержание рекламного продукта. Творческий процесс разработки рекламного макета. Художественное оформление, дизайн и редактирование наружной рекламы. Преимущества и недостатки наружной рекламы.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (4 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), лабораторные (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (48 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.13 «Теория и практика рекламы (Реклама в Интернет)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Теория и практика рекламы (Реклама в Интернет)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и

связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Новые медиа и коммуникационные технологии», Журналистский практикум (Интернет-СМИ)», «Теория журналистики», «Журналистские жанры».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория и практика рекламы», «Копирайтинг».

Цели и задачи:

получение студентами необходимых знаний и практических навыков по анализу интернет-аудитории, информационной среды предприятия, онлайн-сопровождению коммерческой и некоммерческой деятельности.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: особенности поведения пользователей в Интернете, специфику применения основных технологий интернет-коммуникации с целевыми аудиториями;

Уметь: использовать инструменты рекламы и связей с общественностью в интернет-сопровождении деятельности субъектов экономических, политических и социальных отношений;

Владеть: навыками практической деятельности в области рекламы и связей с общественностью в Интернете.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-8, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Web-сайт как технология и инструмент рекламы и связей с общественностью. Поисковая оптимизация сайта. Социальная оптимизация сайта. Коммуникации в социальных медиа. Интернет-реклама. E-mail-коммуникации. Реклама в играх. Коммуникации в мобильных устройствах.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (5 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.13 «Теория и практика рекламы (Телевизионная реклама и радиореклама)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Теория и практика рекламы (Телевизионная реклама и радиореклама)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Жанры рекламных и PR-текстов», «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория и практика рекламы (Некоммерческая реклама)».

Цель: раскрытие содержания приемов психологического воздействия рекламы на потенциального потребителя.

Задачи: выявление закономерностей и тенденций развития телевизионной рекламы и радиорекламы, выявление особенностей данных каналов коммуникации как средства распространения рекламы; изучение технологий и этапов производства телевизионной рекламы и радиорекламы, затраты, классификация телевизионной рекламы и радиорекламы; изучение телевидения как средства донесения рекламы до потребителя; поиск возможных методов формирования положительного отношения к телерекламе со стороны населения; измерение телевизионной аудитории, ценность коммуникации для продвижения продукта, ограничения, присущие телевидению.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: закономерности и тенденции развития телевизионной рекламы и радиорекламы методы формирования положительного отношения к телерекламе и радиорекламе со стороны населения.

Уметь: организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Владеть: навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-4, ОК-6, ОК-7), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3) **профессиональных компетенций** (ПК-4, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Характеристика телевидения и радио как ведущих средств массовой коммуникации. Специфика использования телевидения и радио при проведении рекламных кампаний. Виды телевизионной рекламы и радиорекламы. Принципы и этапы создания рекламной продукции. Сценарная разработка социальной рекламы, написание сценария (режиссерский сценарий). Проблема мотиваций при разработке сценария. Модели размещения рекламы на телевидении и радио. Творческие, технические и правовые аспекты деятельности рекламной службы телевидения и радио.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), лабораторные (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (48 ч). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.Б.13 «Теория и практика рекламы (Некоммерческая реклама)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Теория и практика рекламы (Некоммерческая реклама)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория и практика рекламы», «Общественные организации и общественные движения».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Рекламный практикум: Политическая реклама / Социальная реклама», «Креативные технологии в рекламе и PR».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: усвоение системы знаний в области рекламы как теоретической и прикладной дисциплины, основных этапов, школ и форм ее развития; особенностей российской социальной рекламы, современных методов и методик исследования общественных явлений и процессов, умения применять их на практике; а также формирование у будущих специалистов способности осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста рекламы.

Задачи: ознакомление с предметом, структурой, функциями практической и теоретической сторон изучения дисциплины как области профессиональной деятельности; выявление сущности, характера, содержания деятельности, основных позиций и стратегий специалиста в данной сфере; формирование умений и навыков творческой и профессиональной деятельности в области рекламных технологий, которые являются важнейшим компонентом современной социологии, журналистики, политики, экономики, менеджмента и маркетинга социальной работы, социальной психологии и др.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные понятия курса и уметь ими оперировать; основные характеристики социальной рекламы; основные нормативно-правовые акты, которые используются в процессе работы в области социальной рекламы; специфику деятельности в области социальной рекламы;

Уметь: воспроизводить содержание тем дисциплины, апеллируя к необходимым источникам; использовать полученные знания и навыки в практике профессиональной деятельности;

Владеть: концептуальными основами и теоретическим аппаратом в области социального благополучия; навыками современного поиска и обработки информации; методами критической оценки информации.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-4, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3), **профессиональных** компетенций (ПК-4, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Вводная лекция: объект, предмет, методология и методы рекламной деятельности. Рассмотрение рекламы как общественного явления. Субъекты рекламы: рекламодатели, рекламопроизводители, исследовательские организации, средства массовой информации, потребители рекламы, организации, осуществляющие контроль за рекламой. Сопоставление целей рекламодателя и рекламной деятельности. Реклама как социальный институт и социальная организация. Устойчивые формы коммуникативного управления (стереотипы). Историческая трансформация социальной рекламы (от древности до наших дней) как следствие изменения социально-экономических и общественно-политических основ развития. Современная социальная реклама, выражающая и защищающая интересы общества и государства, ее цели и задачи. Социальная реклама как современный образ социально одобряемого и социально неодобряемого действия. Пропаганда общезначимых социальных ценностей. Реклама в социальном пространстве. Сущность и эффективность социальной рекламы. Критерии эффективности социальной рекламы. Социальная и некоммерческая реклама. Государственная поддержка социальной рекламы. Благотворительная деятельность по созданию социальной рекламы.

Виды контроля по дисциплине: зачет (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.Б.14 «Иностранный язык (Иностранный язык в сфере
медиакommunikаций)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Иностранный язык (Иностранный язык в сфере медиакommunikаций)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой английского языка для естественных и гуманитарных специальностей.

Вузовская программа продолжает формирование иноязычной компетенции, опираясь на умения и навыки, приобретенные в процессе изучения иностранного языка в школе.

Цели и задачи дисциплины:

Цель: довести уровень владения английским языком студентами специальности «Журналистика» до уровня B1+ - B2 в соответствии с CERF.

Задачи: сформировать чувство уважения традиций и ценностей культуры собственной страны и англоязычных стран при их сопоставлении, расширить общий кругозор студентов, обогатить их сведениями о географии, культуре и быте стран изучаемого языка; совершенствовать навыки и умения практического владения иностранным языком в основных формах и функциональных сферах его

актуализации; готовить публичные выступления по широкому ряду отраслевых вопросов и с применением соответствующих средств вербальной коммуникации и адекватных форм ведения дискуссий и дебатов.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: систему норм современного английского языка, а также общие закономерности, специфические черты и тенденции развития его элементов разных уровней;

Уметь: совершенствовать и активизировать навыки владения иностранным языком как средством межкультурного, межличностного и профессионального общения; продуцировать устное/письменное изложение на основе информации, полученной из звучащих текстов, кинофильмов и т.д.; анализировать и определять характерные особенности англоязычной речи носителей языка из разных стран, регионов и социальных слоев; ориентироваться в лингвистических справочных и нормативных изданиях по тематике курса; применять полученные знания при грамотном оформлении своей речи и максимально приблизить ее к нормам английского языка;

Владеть: расширенным словарным запасом в пределах специально отобранной тематики и углублёнными лингвокультурологическими знаниями, способствующими повышению коммуникативной компетенции обучаемых; твёрдыми навыками просмотрового чтения художественных текстов, а также текстов из общественно-политической и социально-культурной сфер с последующей краткой передачей их содержания на английском языке; точностью и адекватностью письменной речи; навыками устного и письменного перевода.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-6, ОК-7), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6) **профессиональных компетенций** (ПК-4, ПК-6, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Место и роль современного английского языка в функциональной парадигме современного гуманитарного знания. Функции современного английского языка в мировой языковой ситуации и современной коммуникативной практике. Особенности фонетической, лексической и лексико-фразеологической системы современного английского языка. Современная лексикографическая практика. Система словообразования современного английского языка.

Виды контроля по дисциплине: зачет (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лабораторные (54 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лабораторные (12 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.Б.15 «Журналистский практикум (Пресса)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Журналистский практикум (Пресса)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Журналистские жанры».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Журналистский практикум (Интернет-СМИ)».

Цели и задачи дисциплины

Цель: закрепление на практике теоретических курсов «Основы теории журналистики», «Введение в профессию», «Основы теории журналистики», «Практическая журналистика», «Основы журналистской деятельности».

Задачи: научить будущего журналиста видеть, слышать, понимать собеседника; дать чёткое представление о жанрах тележурналистики, радиожурналистики; сформировать практические навыки ведения телепрограмм и радиопрограмм, умение создавать сценарии видеофильмов; научить выявлять актуальные темы, разрешать острые ситуации и проблемы в телевизионном и радиоэфире.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: особенности новостной и аналитической журналистики, принципы работы с источниками информации, понимать специфику журналистского текста различных жанров, его содержательное и структурно-композиционное своеобразие;

Уметь: выбирать и формулировать актуальные темы телепрограмм, оперативно готовить новостные, публицистические и аналитические журналистские материалы, выстраивая их фактическую основу с учетом телевизионной специфики и его аудитории, принятыми в нем форматами, стандартами и технологическими требованиями.

Владеть: разнообразными методами сбора информации (технологией интервью, наблюдения, проработки документов и т.п.), ее проверки, селекции и анализа; устойчивыми навыками оперативного создания новостного текста. Владеть приемами и методами причинно -следственного, прогностического, оценочного анализа событий, процессов, ситуаций, явлений в различных сферах жизни общества, необходимыми в процессе творческой редакционной, журналистской деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-8, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Как написать новость. Технология написания интервью. Правила написания репортажа. Как написать портрет. Интервью у политика. Создание и редактирование авторской колонки. Пять приемов создания удачного заголовка. Технология создания репортажа. Методы сбора информации. Редактирование текста.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы,

108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы дисциплины** **ПБ.Б.15 «Журналистский практикум (Радио)»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Журналистский практикум (Радио)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Журналистский практикум», «Журналистские жанры».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Журналистский практикум (Телевидение)».

Цели и задачи дисциплины:

формирование у студентов верных представлений о технической и производственно-творческой организации современных СМИ и способности пользоваться практическими методиками для создания конкретного профессионального продукта.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные мировые тенденции в медиаотрасли; типологические признаки радиожурналистики; особенности современной технической базы радиовещания; особенности подготовки материала в зависимости от вида СМИ;

Уметь: анализировать видовые и содержательные характеристики радиовещания; анализировать существующие тенденции глобализации и концентрации; анализировать отличия технической составляющей в современном радиовещании от других видов СМИ; анализировать специфику знаковых систем;

Владеть: навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов; навыками в области технической базы; навыками оперативного составления новостных материалов.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-8, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Общенациональные или центральные радиостанции (государственные, коммерческие). Региональные радиостанции. Информационные радиостанции. Музыкальные радиостанции. Традиционная структура радиостанции: штат, организация взаимодействия технической и производственно-творческой служб. Современная структура: полифункциональность и оперативность.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (4 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены

лекционные (30 ч.), лабораторные (30 ч). занятия и самостоятельная работа студента (48 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (94 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.Б.15 «Журналистский практикум (Интернет-СМИ)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Журналистский практикум (Интернет-СМИ)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Новые медиа и коммуникационные технологии», «Журналистские жанры»

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Копирайтинг».

Цели и задачи дисциплины:

системная ориентация в мире интернет-прессы, обзор интернета как мирового коммуникационного пространства и среды для журналистской деятельности. Знакомит с закономерностями и правовыми нормами функционирования, технологией производства средств массовых коммуникаций России и мира, исследует взаимодействие общества с информационными, социально-политическими, технологическими, экономическими, духовными процессами, осваиваются актуальные проблемы современной журналистики, ее функциональные связи с историей, современной политической наукой и практикой.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные мировые тенденции развития медиаотрасли; процессы конвергенции, важнейшие инновационные практики в сфере массмедиа; общие и отличительные черты интернет-СМИ, их типы и виды, базовые типологические признаки; о наиболее распространенных форматах интернет-СМИ, ориентация в их современной жанровой и стилевой специфике; современной технической базы и новейших цифровых технологий, применяемых в интернет-СМИ; о том, как готовить материал с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ, в различных жанрах, форматах для размещения на онлайн-мультимедийных платформах;

Уметь: анализировать основные тенденции развития медиаотрасли (содержательные и технологические), процессы конвергенции, инновационные практики в сфере массмедиа; анализировать общие и отличительные черты интернет-СМИ, их типы и виды, базовые типологические признаки журналистики; анализировать интернет-СМИ и адаптироваться к формату инет-СМИ ; обосновать использование названной базы.

Владеть: навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов относительно интернет-журналистики; навыками комментирования интернет-СМИ; практическими навыками работы в основных жанрах интернет-

журналистики; основными технологиями интернет-СМИ; знаковыми системами и форматами названного характера.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-8, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Первые зарубежные интернет-ресурсы. Первые отечественные интернет-ресурсы. Пионеры интернета. Отличительные признаки интернета как коммуникативной среды. Общение в интернете. Отличие редакции сайта от редакции традиционного бумажного издания. Требования работодателей к навыкам журналистов. Новый тренд в журналистике - мультимедийность. Конвергентная или мультимедийная редакция. Работа над композицией текста для интернет-изданий. Особые принципы построения композиции материалов интернет-изданий. Особенности использования принципа пирамиды в сетевых текстах. Работа с заголовками. Изменение принципов создания заголовков. Гипертекст в интернет-журналистике. Понятие о гипертексте, что он дает текстам. Гиперссылки, их виды и принципы работы с ними. Оформление материалов на сайте. Основные требования к верстке: расположению фотографий, оформлению текста, заголовка, используемым шрифтам, наличию дополнительных элементов.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (семестр)

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.15 «Журналистский практикум (Телевидение)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Журналистский практикум: Телевидение» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Новые медиа и коммуникационные технологии», «Журналистские жанры»

Является основой для подготовки профессиональных специалистов.

Цели и задачи дисциплины:

освоить возможности современного телевидения, реализовать свое решение профессионально-творческих задач с учетом определенных условий такого вида современной журналистики как телевидение.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции и основных функций и обязанностей сотрудников различного

должностного статуса, корреспондентского корпуса на телевидении; особенности массовой информации, задачи и методы, технологии и технику процесса создания журналистских публикаций на телевидении; особенности работы в условиях мультимедийной среды и конвергентной журналистики, методов и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах; актуальные темы для создания журналистского материала; принципы работы с различными источниками информации; принципы оперативной подготовки материалов с использованием знаковых систем, специфичных для телевидения; основные принципы редактирования видеоматериалов; принципы селекции, редактирования, компоновки, перепакетирования и ретрансляции информации, получаемой из различных информационных источников;

Уметь: создавать журналистские публикации на телевидении; ориентироваться в современной жанровой и стилевой специфике тележурналистики; использовать методы и технологии подготовки медиапродукта в знаковых системах, специфичных для телевидения; собирать необходимую информацию; оперативно готовить материал с использованием различных знаковых систем в зависимости от типа СМИ; редактировать видеоматериал, приводить его в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в телевизионных СМИ; осуществлять процесс селекции, редактирования, компоновки, перепакетирования и ретрансляции информации; применять основные способы подготовки материала к выходу в эфир; создавать медиапродукт на телевидении;

Владеть: основными нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в телевизионных СМИ; пониманием содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций на телевидении; методами и технологиями подготовки медиапродукта; навыками формирования замысла (или сценарной разработки) материала, проверки, селекции и анализа полученной информации; навыками размещения журналистского материала на различных мультимедийных платформах; навыками производственного процесса выхода телепрограммы.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-8, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Телевидение как средство коммуникации. Социальные функции телевидения. История и тенденции развития телевидения и тележурналистики. Понятия «закадровый текст», «синхрон», «лайф», «экшн», «стенд-ап». Телевизионные жанры: новости, интервью, документальный видеофильм, ток-шоу, реалити-шоу, беседа в студии. Операторское мастерство. Видеоряд. Требования к видеоряду. Основные правила видеосъёмки. Баланс белого, освещенность кадра, выравнивание кадра по вертикали. Устойчивость камеры при съёмках без штатива. Композиция кадра. План: крупный, средний, общий. Ракурс. Перспектива. Глубина кадра. Свет и цвет. Человек в кадре. Внутрикадровый монтаж. Панорама. Переход фокуса. Движение камеры. Монтажная фраза.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (16 ч.), лабораторные (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (ч.). На

заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.Б.16 «Копирайтинг»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Копирайтинг» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Журналистские жанры», «Журналистский практикум (Интернет-СМИ)».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Креатив в рекламе и связях с общественностью».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: изучить круг вопросов, связанных с формированием подготовки рекламного текста как основы рекламной информации, выявить закономерности подготовки текстового рекламного материала, главной идеей, которого является привлечение внимания целевой аудитории к тому или иному предложению на рынке.

Задачи: осведомление студентами места копирайтинга в системе подготовки квалифицированных специалистов; ознакомление студентов с базовыми принципами и технологиями копирайтинга; ознакомление с характеристиками и требованиями к написанию текстов разных жанров; изучение основных законов, правил и требований к написанию эффективного текста; формирование навыков написания квалифицированных рекламных текстов; ознакомление со структурой, составом, строением рекламного текста; ознакомление с основными средствами осуществления невербального влияния на аудиторию (визуальные, шрифтовые выделения и т. д.); подготовка студентов к использованию знаний по дисциплине на практике.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать профессиональную терминологию копирайтера; методы, приемы, особенности составления рекламного дискурса; различные языковые нормы и аспекты письменной речи; специфические особенности языка рекламы; речевой этикет в документе; специфику языка разных типов рекламы (аудиальной, визуальной, др.);

Уметь разбираться в вопросах этики и проблемах современного русского языка и культуры речи; анализировать изменения, происходящие в языке; применять на практике знания по данной дисциплине; разрабатывать, готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

Владеть навыками работы с рекламными и PR-текстами; методами коммуникации в кросс-культурном пространстве; нормами русского языка и правилами культуры речи.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4), **профессиональных компетенций** (ПК-2, ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Копирайтинг как вид профессиональной деятельности. Технологии копирайтинга. Письменная коммуникация в рамках PR-деятельности. Копирайтинг новости. Основы брифологии. Творческая платформа и концепция рекламы. Теория нейминга: коммерческое имя, дефинитор. Слоганистика: теория и практика в аспекте копирайтинга. Структура продающего текста: обязательные элементы. Основной текст рекламного объявления. Использование рифмованных текстов в копирайтинге. Копирайтинг визуальной рекламы. SEO-копирайтинг.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (5 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (132 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.17 «Психология»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Психология» является базовой частью профессионального блока дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой психологии.

Цели и задачи дисциплины

Цель: сформировать понимание структуры, основных механизмов и закономерностей деловых и межличностных коммуникаций.

Задачи: выяснить место и роль психологического фактора в жизни современного человека; раскрыть систему основных форм, компонентов и факторов делового общения, пути повышения его эффективности в практической деятельности.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные виды, формы, аспекты и структурные компоненты деловых и межличностных коммуникаций; основные психологические закономерности и механизмы деловых и межличностных коммуникаций; научно-обоснованные подходы к построению более эффективного делового общения.

Уметь: различать "психологический фактор" в деловом общении; давать научное психологическое объяснение поведения личности в тех или иных ситуациях

деловых и межличностных коммуникаций; использовать знания по психологии для анализа различных ситуаций делового общения.

Владеть навыками деловой и межличностных коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5) **общепрофессиональных** (ОПК-1) **профессиональных** компетенций (ПК-2, ПК-3, ПК-5) выпускника.

Содержание дисциплины: Введение в психологию. Предмет психологии. История развития психологии. Личность. Темперамент и характер. Способности и чувства. Психология делового общения и ее стороны. Общение в системе человеческих отношений. Коммуникативная и интерактивная стороны общения. Перцептивная сторона общения. Психологические средства и механизмы воздействия в процессе общения и массовидные процессы. Средства и приемы невербального общения

Виды контроля по дисциплине: зачет (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины ПБ.Б.18 «Современный русский язык в СМК»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Современный русский язык в СМК» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Русский язык и культура речи».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Современный рекламный и PR-текст», «Копирайтинг», «Журналистский практикум».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: систематизация и корректировка знаний в области русского правописания; создание лингвистической базы для языкового анализа, подготовка к углубленному изучению речеведческих и лингвистических дисциплин.

Задачи: научить понимать и применять орфографические и пунктуационные правила к фактам языка, стилистически грамотно излагать свои мысли в речи и на письме, свободно владеть языковым материалом.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: важнейшие принципы и правила орфографии и пунктуации русского языка;

Уметь: оперировать базовыми теоретическими понятиями; работать со словарями и справочниками; анализировать тексты, редактировать написанное;

Владеть: находить по опознавательным признакам орфограммы и

пунктограммы; точно формировать правила, объясняющие написания ; уметь производить все виды разбора, практикуемые в школе; исправлять и классифицировать ошибки различного типа, в том числе грамматические и речевые.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-3, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-3, ПК-6, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Орфография. Нормы современного русского литературного языка. Устная и письменная формы речи. Литературная норма Нормы различных ярусов русского языка. Понятие об орфограмме. Типология орфограмм. Принципы русской орфографии сферы их действия. Фонемный фонетический и традиционный. Орфографические и пунктуационные умения и навыки. Орфографическое и пунктуационное правило его содержание и строение. Классификация ошибок в письменных работах приемы проверки и анализа ошибок. Реализация фонемного принципа русской орфографии. Реализация традиционного принципа орфографии. Реализация фонетического принципа орфографии. Понятие «трудностей» русского языка и классификация; трудности усвоения орфографии и пунктуации. Пунктуация. Общие сведения о современной русской пунктуации Коммуникативные функции знаков препинания. Принципы русской пунктуации. Понятие авторского знака нерегламентированной пунктуации. Распространение предложений компонентами не соединенными синтаксической связью с другими словами в предложении. Приемы совершенствования орфографических и пунктуационных навыков. Выявление аналогии единых синтаксических отношений в простом и сложном предложениях как способ совершенствования пунктуационных навыков.

Виды контроля по дисциплине: зачет (4 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3,5 зачетные единицы, 126 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), практические (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (66 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (114 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.19 «Имиджевые стратегии в рекламе и PR»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Имиджевые стратегии в рекламе и PR» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Введение в специальность», «Теория и практика рекламы».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Креатив в рекламе и связях с общественностью (Проектирование рекламного продукта)», «PR-брендинг».

Цели и задачи дисциплины:

изучение проблем формирования, поддержания и продвижения имиджа организации, личности, города и т.д.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;

Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;

Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-6, ОК-7), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4) **профессиональных компетенций** (ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета. Теоретические основания имиджа. Закономерности формирования и функционирования имиджа. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. Структура и типология имиджа. Методы работы имиджмейкера с клиентом. Технология имиджирования. Разработка и применение стратегий формирования имиджа. Индивидуальный имидж. Имидж руководителя. Корпоративный имидж. Теоретические аспекты разработки имиджа товара.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (20 ч.), практические (10 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.20 «PR брендинг»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «PR брендинг» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью», «Имиджевые стратегии в рекламе и PR».

Является основой для подготовки профессиональных кадров.

Цели и задачи дисциплины:

Цель: изучение базовых понятий и концептуальных основ брендинга как теоретического и практического курса в учебной программе студентов.

Задачи: сформировать категориально-понятийный аппарат; научить теоретическому и практическому анализу в контексте бренд - коммуникаций; способствовать созданию профессионального мышления

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: особенности работы с брендами разного уровня; основные технологии и формы брендинга; знать о культурных и национальных особенностях брендинга.

Уметь: описывать ситуации стратегического или тактического развития бренда; выделять особенности бренда и их специфику; проектировать элементы бренда; анализировать современные бренды через призму лояльности и доверия.

Владеть: представлением о сущности, видах и функциях брендинга в целом, основными тенденциями развития современного брендинга.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-3), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Понятие брендинга. Структура и разновидности бренда. Содержание бренда. Атрибуты бренда. Коммуникативные аспекты брендинга. Семиотические аспекты брендинга. Социально-психологические аспекты брендинга. Технологии брендинга. Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ». Бренд-менеджмент и стратегии управления брендом.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (20 ч.), лабораторные (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (58 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.21 «Креатив в рекламе и связях с общественностью (Проектирование рекламного продукта)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Креатив в рекламе и связях с общественностью (Проектирование рекламного продукта)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Визуальные технологии в рекламе и PR (Фотографика и билд-редактура)», «Журналистский практикум».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Креатив в рекламе и связях с общественностью (Креативные технологии в рекламе)».

Цель: овладение принципами и средствами дизайн-проектирования, принципами создания рекламно-полиграфической продукции.

Задачи: знакомство с исходными понятиями и принципами дизайна; знакомство с рекламно-полиграфической продукцией, структурой и объектами дизайн деятельности, видами дизайнерской деятельности и т.д.; изучение основных законов и средств композиции, особенностей дизайна в рекламной деятельности, рекламно-полиграфической продукции.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате

освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: особенности дизайна; историю развития дизайна; основные художественные средства в дизайне;

Уметь: использовать средства построения объемно-пространственной композиции; создавать фирменный стиль дизайна;

Владеть: навыками оформления печатной рекламной продукции; навыками компьютерной верстки.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных* (ОК-3, ОК-6, ОК-7), *общепрофессиональных* (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5), *профессиональных компетенций* (ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-8, ПК-9) выпускника.

Содержание разделов дисциплины: Дизайн как направление деятельности. Системный дизайн: структура и этапы проектирования. История развития дизайна. Композиция как средство организации предметно-пространственной среды. Основные художественные средства в дизайне. Средства построения объемно-пространственной композиции. Дизайн рекламы. Фирменный стиль как объект дизайна. Дизайн в оформлении печатной рекламной продукции.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3,5 зачетные единицы, 126 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (8 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (94 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.21 «Креатив в рекламе и связях с общественностью (Креативные технологии в рекламе)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Креатив в рекламе и связях с общественностью (Креативные технологии в рекламе)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Креатив в рекламе и связях с общественностью (Проектирование рекламного продукта)», «Корпоративная культура», «Визуальные технологии в рекламе и PR (Фотографика и билд-редактура)», «Маркетинг».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «PR-брендинг».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: формирование у студентов третьего курса направления «Реклама и связи с общественностью» теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же его художественного воплощения.

Задачи: изучить методы и приемы активизации творческих идей при создании продукта в области рекламы и связей с общественностью; рассмотреть основы теории рекламного творчества, современных креативных техник и технологий в рекламе.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы теории рекламного творчества, современных креативных техник и технологий в рекламе; методы и приемы активизации творческих идей при создании продукта в области рекламы и связей с общественностью;

Уметь: производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в творческий продукт; управлять основными этапами креативного процесса; генерировать новые идеи; применять на практике полученные теоретические знания;

Владеть: навыками разработки творческих концепций в соответствии с техническим (творческим) заданием для решения творческих задач по разработке коммуникационной стратегии; навыками разработки творческих идей по брифу.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-3), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-5), **профессиональных** компетенций (ПК-4, ПК-8, ПК-10) выпускника.

Содержание дисциплины: Предмет и ключевые понятия курса. Креативность как творческий процесс. Профессиональное мастерство специалиста по рекламе. Сущность рекламного творчества. Художественно-творческое мышление как профессиональное мышление рекламиста. Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта. Технология разработки креативного брифа. Разработка креативной концепции на основе брифа. Методика «Экспресс-креатив» как творческая методика обучения креативному мышлению специалистов по рекламе.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (20 ч.), лабораторные (10 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (62 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.22 «Теория и практика связи с общественностью (Связи с общественностью)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Теория и практика связи с общественностью (Связи с общественностью)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория и практика связи с общественностью (Организация PR-мероприятий)».

Цели и задачи дисциплины: получение базовых знаний в области теоретических основ рекламного дела, его истории и перспектив, технологий, регулирования рекламной деятельности; понимание целей.

Задачи: дать студентам знания о понятии «информация», его разнообразии и классификационных подходах; научить студентов работать с источниками информации, обрабатывать и подавать информацию с учетом различных концепций и контента современных печатных СМИ; мотивировать студентов к использованию полученных знаний в собственной журналистской практике – написании текстов в оперативных жанровых формах.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: цели, задачи, принципы и механизм применения средств и методов рекламной деятельности; место рекламной деятельности в системе маркетинговых коммуникаций компании; основные направления совершенствования коммуникаций организации на основе средств и методов рекламной деятельности; – основные тенденции в области совершенствования самих средств и методов рекламной деятельности.

Уметь: использовать средства и методы рекламной деятельности в экономических и социальных коммуникационных кампаниях; принимать решения по результатам реализации рекламных кампаний в организации;

Владеть: технологиями производства информационных материалов, формами подачи новостной информации; современными правилами подготовки и анализа рекламных кампаний; методами статистической обработки информации для ее анализа и принятия решений.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-3, ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Место PR в системе маркетинговых коммуникаций компании. Связи с общественностью в XX и XXI веках: история и современность. Место PR в различных коммуникационных системах. Исследования как первый этап и составная часть построения гармоничных связей с общественностью. Конструирование корпоративного имиджа. Планирование и организация PR-деятельности. Технологии производства информационных материалов. Формы подачи новостной информации: тексты и мероприятия. Общественность в сфере Public Relations. Технологии использования PR-методов в экономических, и социальных коммуникационных кампаниях. Связи с общественностью в кризисных ситуациях.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (1 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.),

практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (134 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.Б.22 «Теория и практика связей с общественностью: Организация PR мероприятий»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Теория и практика связей с общественностью (Организация PR мероприятий)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность», «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии связей с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель: формирование у выпускника знаний о технологии инновационной деятельности, методах конструирования, проектирования и программирования социально-культурной среды;

Задачи: сформировать проектных качеств личности, ее умение конструировать собственные технологические подходы к решению задач, а также умений использования полученных знаний и компетенций в стандартных и изменяющихся ситуациях профессиональной деятельности.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: принципы социокультурного проектирования; технологию социально-культурной деятельности; стратегии финансирования социокультурных проектов; основные этапы разработки и реализации социокультурных проектов;

Уметь: анализировать социокультурную ситуацию и выделять отдельные ее составляющие; использовать игровые методы социокультурного проектирования; применять PR-технологии для продвижения социокультурного проекта; технологии поиска и взаимодействия со спонсорами и грантодателями; оформлять социокультурный проект.

Владеть: навыками демонстрации способности и готовности пользоваться навыками разработки и реализации социокультурного проекта.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-3, ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Технология разработки идеи проекта. Анализ проблемного поля, формирование цели и задач проекта. Формирование ресурсной базы проекта. Составление сводного анализа сильных и слабых сторон проекта. Составление маркетингового плана. Разработка рекламной кампании и медиа-плана продвижения проекта. Технология работы со спонсорами. Разработка спонсорского

пакета. Бюджетирование проектной деятельности: смета расходов, финансовый план. Разработка перспективы развития деятельности по проекту. Оформление проектной документации.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), лабораторные (44 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (70 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (132 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.23 «Организация деятельности рекламных агентств и служб связей с общественностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Организация деятельности рекламных агентств и служб связей с общественностью» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)», «Введение в специальность», «Теория и практика связей с общественностью (Организация PR-мероприятий)».

Цели и задачи дисциплины:

сформировать компетенции обучающегося в области организации рекламного и PR-отдела в компаниях различного профиля, стратегического и оперативного управления отделом, а также выстраивания долгосрочных отношений с различными группами общественности в процессе функционирования отдела рекламы и связей с общественностью (СО).

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций;

Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;

Владеть: способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-3, ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Место, роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в системе менеджмента организации. Структура отдела рекламы и связей с общественностью. Положение об отделе. Должностные инструкции

работников отдела. Взаимодействие отдела с другими подразделениями организации. Формирование системы рекламного и PR-обеспечения организации: анализ текущей деятельности, постановка целей, выработка стратегии и тактики. Разработка бюджета. Виды расходов на рекламную и PR-деятельность. Основные направления деятельности подразделений отдела рекламы и связей с общественностью: работа со СМИ, органами власти и общественными организациями. Создание рекламно-имиджевой продукции. Принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом организации. Особенности работы отдела в коммерческих и некоммерческих организациях.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3,5 зачетные единицы, 126 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (8 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (110 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.24 «Безопасность жизнедеятельности и охрана труда»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Безопасность жизнедеятельности и охрана труда» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой педагогики.

Основывается на базе дисциплин, изучаемых в школе «БЖД».

Является основой для изучения дисциплин, предусмотренных образовательной программой.

Цель: формирование у студентов представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека и окружающей его природной среды. Реализация этих требований гарантирует сохранение работоспособности и здоровья человека.

Задачи: создания оптимального состояния среды обитания в различных сферах деятельности человека, а также во время отдыха; идентификации негативных воздействий компонентов и экологических факторов окружающей среды; прогнозирования развития этих негативных воздействий и оценки последствий их действия; разработки и реализации методов защиты человека и природной среды от негативных воздействий.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: опасные и вредные факторы производств; методы и средства, обеспечивающие безопасность и экологичность технологических процессов; производственную гигиену и санитарию; защиту персонала при организации рабочего места в помещениях, на наружных установках и в операторских;

планы предупреждения аварийных ситуаций и ликвидации аварий; основные технологические и организационно-технические направления по снижению риска и последствий проявления опасных и вредных производственных факторов.

Уметь: использовать технические требования, конструктивные и технические особенности оборудования и процессов, систем защиты; правовое обеспечение, нормативно-техническую документацию и законодательство по организации работ при проектировании, строительстве и эксплуатации производств.

Владеть: навыками качественного и количественного анализа опасных и вредных антропогенных факторов; мерами по предупреждению и ликвидации последствий ЧС различных типов.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных компетенций** (ОК-4, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9) выпускника.

Содержание дисциплины: Теоретические основы безопасности жизнедеятельности. Основы физиологии труда и комфортные условия жизнедеятельности. Характерные состояния в системе «человек-среда обитания». Негативные факторы техносферы, их воздействие на человека, техносферу и природную среду. Средства снижения травоопасности и вредного воздействия технических систем. Безопасность жизнедеятельности в чрезвычайных ситуациях. Правовые нормативно-технические основы управления. Системы контроля требований безопасности и экологичности. Международное сотрудничество в области безопасности жизнедеятельности.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (102 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.25 «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Политология».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии связей с общественностью».

Цель: дать студентам, будущим специалистам в области управления, комплекс современных знаний, умений и навыков, необходимых для поддержания и

развития связей государственных и муниципальных структур с целевой общественностью.

Задачи: проанализировать основные теории и концепции государственных и правительственных коммуникаций, подходов к их пониманию; дать представление об основных современных моделях PR и GR; представить нормативно-правовую базу функционирования PR- и пресс-служб в органах государственной власти; ознакомить с принципами и технологиями профессиональной деятельности специалистов по общественным коммуникациям в органах государственной власти; ознакомить с опытом работы государственных PR-служб в различных ветвях и на различных уровнях государственной власти; обучить современным информационно-коммуникативным методам и технологиям в сфере связей с общественностью органов государственной власти, а также связей с органами государственной власти профессиональных, общественных и политических организаций.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: сущность связей с общественностью (СО) как специфического вида информационно-коммуникационной деятельности, его отличия от журналистики, маркетинга, рекламы, пропаганды; предпосылки и историю развития публичных отношений (PR); особенности и закономерности формирования общественного мнения в PR, его этические и правовые основы; основные профессиональные задачи специалистов по связям с общественностью; специфику применения разнообразных технологий и инструментов PR-коммуникации в зависимости от поставленных задач и типа организации. основы антикризисного менеджмента, в том числе стратегию управления кризисами;

Уметь: применять принципы и технологии PR-коммуникации для достижения доверия и взаимопонимания между организацией и общественностью; разрабатывать стратегию PR-деятельности и осуществлять на практике комплексные PR-проекты; выстраивать гармоничную и эффективную коммуникацию между организацией и такими целевыми группами, как местное население, СМИ, госорганы, партнеры, клиенты сотрудники; разрешать спорные, конфликтные ситуации между организацией и общественностью через диалог, поиск согласия или компромисса, т. е. владеть навыкам антикризисного менеджмента;

Владеть: специальной терминологией в области современной науки об общественных отношениях; современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью; методами анализа общественных процессов; навыками публичной и научной речи; принципами этического поведения; основными нормативными положениями.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных* (ОК-5, ОК-6), *общепрофессиональных* (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4) *профессиональных компетенций* (ПК-1, ПК-2, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Связи с общественностью: основные понятия, сущность и функции. Эволюция связей с общественностью в органах государственной власти и управления Российской Федерации. Цели и функции служб СО органов государственной власти. Основные компоненты имиджа

государственной власти: технологии и методы его продвижения. Нормативно-правовые и этические основы деятельности служб СО в органах государственной власти. Конструирование имиджа государственной службы средствами СМИ и PR. Процесс создания имиджа регионального политика в ходе проведения целевых политических акций. Специфика работы служб по связям с общественностью в органах власти и политических партиях. Другие виды информационной работы по взаимодействию между органами власти и населением.

Виды контроля по дисциплине: зачет (4 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), практические (14 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.25 «Технологии связей с общественностью (Технология PR в сфере политики)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Технология связей с общественностью (Технологии PR в сфере политики)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Политология».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии связей с общественностью».

Цель: получение студентами общих представлений о специальности «PR в сфере политики», о структуре и функциях профессиональной рекламной и PR-деятельности, о месте и роли рекламы и PR в динамике социокультурных процессов, а также формирование комплексного системного подхода к профессиональной деятельности для студентов.

Задачи: дать представление о сущности, структуре и функциях профессиональной рекламной и PR-деятельности, а также об основных направлениях ее развития; раскрыть значение основополагающих понятий и принципов профессиональной деятельности; познакомить студентов с основными технологиями и инструментами рекламной и PR-деятельности; сформировать представление о комплексном подходе к решению профессиональных задач.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: основные теории и методологии, принципы имиджелогии и PR-менеджмента; методы формирования имиджа и способы реализации технологий PR-менеджмента.

Уметь: использовать полученные знания и навыки при создании имиджа политического руководителя или менеджера; применять знания по имиджелогии и PR-менеджменту при анализе политических ситуаций;

Владеть: навыками политического имиджмейкинга и консалтинга; навыками формирования имиджа руководителя и проведения PR- кампаний в органах власти, в аппарате политических партий и общественно- политических объединений, органах местного самоуправления, производственных организациях.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: «Связи с общественностью» как профессиональная деятельность. Управление процессами коммуникации. Основные направления профессиональной PR-деятельности. Основные направления профессиональной рекламной деятельности. Типологизация рекламной деятельности в зависимости от объекта и цели. Политическая реклама. Рекламное пространство и рекламные носители. Организационный PR и реклама организаций. Основные виды организаций: государственные, общественные организации, политические партии. Политический PR и политическая реклама.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (5 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.25 «Технологии связей с общественностью (Технологии PR в сфере шоу-бизнеса)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Технологии связей с общественностью (Технологии PR в сфере шоу-бизнеса)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Журналистские жанры».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии связей с общественностью».

Цели и задачи дисциплины:

знание особенностей коммуникативной деятельности в коммерческой среде, возможностей получения конкурентных преимуществ на рынке, используя инструменты рекламы и связей с общественностью

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: способы участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

Уметь: осуществлять профессиональные функции в коммерческих структурах, в сфере экономики, производства, торговли; заботиться о качестве выполняемой работы;

Владеть: навыками подготовки бизнес-планов, брифов.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Предприятие как объект и субъект рыночного взаимодействия. Маркетинговая информационная система фирмы. Бизнес-планирование. Реклама и связи с общественностью на разных этапах жизни предприятия и в рамках реализации различных маркетинговых стратегий.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), практические (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (48 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.25 «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в управлении кризисными коммуникациями)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в управлении кризисными коммуникациями)» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория общественного мнения».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: дать основополагающее представление о содержании кризисных коммуникаций, основных теоретических подходах к их исследованию, принципах наиболее оптимального использования теоретических концепций относительно планирования и реализации действий по ликвидации кризисной ситуации применительно к оперативной деятельности организации, а также раскрыть возможности рекламных и PR-технологий в преодолении кризисов.

Задачи: раскрыть особенности восприятия кризисных ситуаций, способы планирования и организации кризисных PR-кампаний; дать сравнительную оценку различным вариантам планов коммуникации в условиях кризисной ситуации;

проанализировать влияние всех компонентов коммуникативного процесса на эффективность коммуникации; приобрести знания и практические навыки планирования и осуществления комплекса мероприятий в рамках кризисной коммуникации.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: содержание кризисных коммуникаций как процесса и структуры; основные научные концепции и теории кризисных коммуникаций; механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций;

Уметь: осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; разрабатывать комплексный план профилактических мероприятий по антикризисной коммуникации;

Владеть: стратегиями в области планирования и осуществления коммуникации в условиях кризисной ситуации; способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений; способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Кризис и антикризисный менеджмент. Управление кризисными коммуникациями. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Управление информацией в кризисной ситуации. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий. Стереотипизация восприятия информации в условиях кризиса и конфликта. Антикризисные внешние коммуникации. СМИ как ключевая аудитория в ситуации кризиса. Особенности взаимодействия с потребителями и с персоналом в кризисных ситуациях. Пути преодоления внешних кризисов. Антикризисные внутренние коммуникации. Репутационный кризис и его преодоление. Причины репутационного кризиса: односторонний имидж, несбалансированное положение компании, несогласованность факторов успеха, корпоративный брендинг, корпоративная символика, отсутствие позиции. Кризисные репутационные стратегии.

Виды контроля по дисциплине: зачет (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.). На заочной форме учебным планом предусмотрены лекционные (8 ч.), практические (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (94 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.Б.26 «Связи с общественностью в международных коммуникациях»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Связи с общественностью в международных коммуникациях» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория коммуникаций», «Технологии связей с общественностью», «Правоведение».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Медиаправо».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: осуществление творческой подготовки специалистов, нацеленных на реализацию карьеры в сфере международного PR, владеющих современными знаниями проблематики международных отношений и связей с общественностью.

Задачи: научиться работать с информационным поводом на основе современных медиатехнологий; освоить технологии создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации; овладеть навыками создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений; этапы подготовки и проведения информационных мероприятий; технологии создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации;

Уметь: работать с целевыми аудиториями; организовывать работу пресс-служб; подготавливать и проводить информационные мероприятия; организовывать работу с международными СМИ; анализировать PR-тексты из сферы международных отношений; управлять информацией; работать с информационным поводом на основе современных медиатехнологий;

Владеть: навыками создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации; навыками осуществления мониторинга российских и зарубежных средств массовой информации.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-4, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3), **профессиональных** компетенций (ПК-4, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Основные тенденции развития современного общества. Индивидуализм. Дифференциация и появление специализированных связей. Рационализм и деперсонализация управления. Нормативные основы международной интеграции. Факторы глобализации. Организация работы пресс-служб правительств и государственных учреждений, PR-департаментов и информационных отделов международных

организаций; работа пресс-служб в кризисной ситуации (антикризисный PR). Подготовка и проведение информационных мероприятий (презентации, приемы, церемонии открытия, выставки, экспозиции форумы, симпозиумы, встречи на высшем уровне, круглые столы); развлекательных мероприятий (праздники, концерты, фестивали, Дни). Организация работы со средствами массовой информации разных типов, проведение мероприятий для журналистов (брифинги, пресс-конференции, пресс-туры), информационное сопровождение специальных международных мероприятий. Осуществление мониторинга российских и зарубежных средств массовой информации. Технологии создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации. Анализ PR-текстов из сферы международных отношений. Управление информацией, основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений; работа с информационным поводом на основе современных медиатехнологий. Работа с целевыми аудиториями и с разными группами общественности; сегментирование информации.

Виды контроля по дисциплине: зачет (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.27 «Журналистские жанры»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Журналистские жанры» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Журналистский практикум».

Цели и задачи дисциплины:

Теоретические цели: раскрыть структурно-функциональную специфику базовых жанров информационной журналистики; изучить особенности написания материалов для СМИ; дать представление о месте и роли информационных жанров в творческо-производственной деятельности журналиста.

Практические цели: освоить основы информационных жанров журналистских произведений, практических и теоретических методов и требований к написанию и редактированию материалов; выработать умение свободно ориентироваться в информационных жанрах и овладеть спецификой каждого из них.

Задачи: дать студентам знания о понятии «информация», его разнообразии и классификационных подходах; научить студентов работать с источниками информации, обрабатывать и подавать информацию с учетом различных концепций

и контента современных печатных СМИ; мотивировать студентов к использованию полученных знаний в собственной журналистской практике – написании текстов в оперативных жанровых формах.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать основы новостной журналистики и специфику других направлений информационной журналистики; правила создания информационного сообщения; языковые особенности, присущие информационным жанрам; специфику создания и редактирования журналистских материалов всех групп жанровых форм;

Уметь четко определять информационные жанровые формы; работать с различными источниками информации, в частности использовать возможности официальных и собственных источников информации; использовать языковые стили и лексические богатства в процессе создания информационных жанровых форм; оперативно готовить материал в зависимости от типа СМИ, в различных жанрах, форматах;

Владеть навыками подготовки информационных материалов; основными приемами и методами работы с информационными жанрами.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-8, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Понятие информации в современном обществе. Типология и классификация газетных жанров. Ведущие жанры современной информационной журналистики. Факт как основа журналистских материалов. Информационный повод для создания оперативных текстов. Типичные источники информации. Новость как основа написания хроникального сообщения и заметки. Информационная корреспонденция в системе жанров. Информационный отчет. Интервью, его виды, модели. Техника подготовки и проведения интервью. Репортаж в современной прессе. Язык и стиль информационного сообщения. Построение информационных заголовков. Написание статьи. Художественно-публицистические жанры: специфика написания.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4,5 зачетные единицы, 162 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (34 ч.), лабораторные (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (94 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (8 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (146 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы дисциплины** **ПБ.Б.28 «Основы научных медиаисследований»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Основы научных медиаисследований» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Философия».

Является основой для прохождения профессионально-исследовательской и научно-исследовательской практик, а также при подготовке выпускной квалификационной работы.

Цели и задачи дисциплины:

Цель: формирование научных знаний и практических умений и навыков, проведения количественных и качественных исследований журналистики для эффективной социально-экономической деятельности средств массовой коммуникации.

Задачи: формирование у студентов целостного представления о том, что такое методология и методика медиаисследования как отрасль научного знания и практической деятельности; теоретическое и практическое овладение современной методологией исследования средств массовой информации; глубокое и всестороннее изучение методологии научных исследований в области гуманитарных наук, ее сопряженности с современными отраслями междисциплинарных исследований, открывающих общие и частные закономерности функционирования средств массовой коммуникации и массовой информации; понимание специфики научного подхода к изучению различных сфер деятельности средств массовой коммуникации и массовой информации, выбора методики исследования функций, предмета, методов формирования содержания массовых информационных потоков; закрепление представлений о легитимности и корректности использования информационных ресурсов в научной и творческой деятельности.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные тенденции развития современного научного знания в области социальных и гуманитарных наук; реалии информационного общества и научных парадигм его анализа; особенности и принципы организации фундаментально-теоретических и прикладных медиаисследований; специфику междисциплинарных подходов к исследованию институциональных, функциональных характеристик различных типов средств массовой информации, выразительных средств, используемых СМИ в процессе внедрения цифровых и иных информационных технологий;

Уметь: грамотно анализировать и интерпретировать полученную информацию; использовать знания исследовательского характера в профессиональной деятельности; осуществлять поиск информации, необходимой для научной деятельности; корректно работать с информацией, ориентироваться в мире научной и профессиональной информации, представленной на разных носителях - от ресурсов библиотек до научных порталов в компьютерных сетях; составлять аналитические записки.

Владеть: основами методологии научного исследования; навыками определения релевантных целей и задач научного исследования методов конкретного анализа деятельности медиасистем и методов количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров;

навыками использования программных средств обработки и представления эмпирического материала научного исследования.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-4, ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-6) **профессиональных компетенций** (ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-10, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Методологические аспекты медиаизмерений и медиаисследований. Методология и методика научного исследования Особенности современного социального познания. Специфика методов социально-гуманитарных наук. Новая парадигма социальной методологии. СМИ как объект исследования. Актуализация проблемы междисциплинарных исследований функционирования СМИ и СМК в период становления информационного общества. Теория и практика медиаисследований. Традиционные, новые СМИ и социальные медиа в системе информационного пространства. Медиатекст как предмет анализа. Понятия «медиаисследования», «медиаизмерения», «медиаанализ». Технические аспекты медиаизмерений и медиаисследований Аппаратные средства и программное обеспечение, используемые в научных исследованиях и медиаисследованиях. Медиаметрия как направление использования компьютерных технологий в медиаисследованиях. Формирование баз данных контента СМИ и управление ими.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (5 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (56 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины ПБ.Б.29 «Теория журналистики»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Теория журналистики» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Введение в специальность», «История».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Журналистские жанры», «Теория коммуникаций», «Медиакритика», «Этика рекламы и связей с общественностью».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: получить целостное представление о журналистике как системе.

Задачи: получить знания об основных концептуально важных положениях в области теории журналистики с целью применения полученных знаний в научно-исследовательской и практически-прикладной деятельности при анализе и оценивании процессов и явлений, а также проблем общественно-политической жизни.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать базовые основы системы СМК в процессе их функционирования и развития, в целостности и единстве массово-информационных задач при своеобразии каждого из видов и типов;

Уметь коренным образом пересмотреть свой инструментарий, все формы и методы информационного обеспечения построения демократического государства в связи со сменой информационной ситуации, появлением новых видов и типов масс-медиа; находить новые возможности для трансформации структуры информационного обеспечения процессов утверждения государственности Республики, активизации деятельности в формировании национального и общественного сознания, утверждения принципов патриотизма, гуманизма и объективности;

Владеть навыками информационного обеспечения жизнедеятельности и консолидации демократического общества нового государства.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОК-7), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-8, ПК-10, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Предмет, структура, задачи курса и терминологический аппарат. Журналистика как массово-информационная деятельность. Предпосылки появления журналистики. Журналистика как система органов массовой коммуникации. Журналистика как общественно-политическая деятельность. Журналист как субъект массово-информационной деятельности. Журналистика как информационное пространство. Идеино-теоретические концепции свободы СМИ. Общие и специальные функции журналистики. Принципы журналистики. Действенность и эффективность журналистской деятельности. Проблемы журналистики в новейшей философии. Современная массово-информационная ситуация. Методы сбора журналистской информации. Виды и типы систем журналистики.

Виды контроля по дисциплине: зачет (1 семестр), экзамен (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (70 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (74 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (8 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (156 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.30 «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Освоение курса является необходимой составляющей в процессе подготовки профессиональных кадров, закладывает базовые знания по основам профессиональной деятельности журналиста и создает мотивацию для экономической оценки и прогнозирования результатов своей будущей профессиональной деятельности.

Цели и задачи дисциплины.

Цель — Получение теоретических знаний по экономике предприятий средств массовой коммуникации, их менеджмента и маркетинга, а также практических навыков относительно применения этих знаний.

Задачи: усвоить основные положения экономических законов применительно к медиа-сфере; освоить ключевые экономические понятия, применяемые в организации работы предприятий средств массовой информации; научиться применять на практике знания по экономике, формированию бюджета, подготовке бизнес-плана; овладеть основными направлениями экономического регулирования деятельности предприятий средств массовой информации.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

Знать: организационно-правовые и экономические основы деятельности предприятий СМК; основы редакционно-издательского маркетинга и менеджмента

Уметь: сформировать ключевые направления маркетинговых исследований, прибыльную и расходную части бюджета, бизнес-план редакции СМК.

Владеть: методами экономической оценки деятельности предприятий средств массовой коммуникации.

Дисциплина нацелена на формирование ***общекультурных*** (ОК-1, ОК-4), ***общепрофессиональных*** (ОПК-2, ОПК-4) и ***профессиональных*** компетенций (ПК-8, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Журналистская информация как товар: свойства и особенности. Рыночные отношения между производителями журналистской информации и ее потребителями. Товарный вид журналистской информации. Информационный рынок и его структура. Структура ресурсного рынка. Взаимодействие предприятий СМИ и сегментов ресурсного рынка. Организационно-правовые аспекты деятельности СМИ. Медиабизнес как форма вложения капитала. Экономическая основа создания средств массовой информации. Редакционно-издательский маркетинг, его задачи. Изучение рынка периодических изданий. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации. Виды планирования. Реклама издания. Общие экономические принципы деятельности предприятий СМИ. Редакционный бюджет. Расходная и доходная части бюджета. Ценовая политика редакции. Прибыль редакции. Управление творческой (производственной) деятельностью и экономической деятельностью. Бизнес-план как важнейший элемент планирования работы редакции. Виды бизнес-планирования.

Виды контроля по дисциплине: зачет (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2,5 зачетные единицы, 90 ч. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента

(44 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (82 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы дисциплины** **ПБ.Б.31 «Медиаправо»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Медиаправо» является базовой дисциплиной профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплины «Введение в специальность».

Освоение предмета «Медиаправо» является важной составляющей в процессе подготовки профессиональных кадров.

Цели и задачи дисциплины

Цель: получение теоретических знаний о законодательстве России, Украины и ДНР, которое регулирует деятельность в информационной сфере и работу средств массовой информации, и практических навыков по его применению в журналистской деятельности.

Задачи: усвоить положения законов России, Украины и ДНР, которые регулируют деятельность в информационной сфере и работу средств массовой информации; освоить ключевые понятия о свободе слова и свободе деятельности СМИ, принципы и порядок их ограничения; научиться применять на практике положения законов относительно прав и обязанностей журналистов; овладеть основными направлениями правового регулирования взаимоотношений средств массовой информации с обществом и властью.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

Знать: основные положения законодательства России, Украины и ДНР по регулированию деятельности в сфере информации, работы средств массовой информации; особенности правового регулирования деятельности отдельных видов СМИ.

Уметь: подготовить документы на государственную регистрацию средства массовой информации.

Владеть: на практике основными правами и обязанностями журналиста, закрепленными законодательно.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-4, ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-6) **профессиональных компетенций** (ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-10, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Основы законодательства, регулирующего деятельность в сфере информации. Свобода слова. Основные законы, регулирующие деятельность в сфере информации и средств массовой информации в России, Украине, ДНР. Понятие информации. Основные принципы информационных отношений. Объекты и субъекты информационных отношений. Виды информации по содержанию и по степени доступа. Массовая информация и ее средства. Свобода

деятельности СМИ и ее законодательное регулирование. Понятие цензуры и законодательный ее запрет. Вмешательство в деятельность СМИ и журналистов. Препятствие профессиональной деятельности журналистов. Ограничение права на информацию, на свободу слова, обусловленные защитой государственной безопасности, защитой личности, защитой общественной морали. Правовые основы учреждения и деятельности СМИ. Право на учреждение средств массовой информации в России, Украине, ДНР. Ограничения в праве на учреждение СМИ. Порядок государственной регистрации СМИ в России, Украине и ДНР. Заявление об учреждении СМИ. Отказ в регистрации СМИ. Особенности правового регулирования деятельности печатных СМИ. Особенности правового регулирования деятельности журналистов, взаимоотношений СМИ с властью и обществом. Права и обязанности журналиста. Порядок аккредитации СМИ, журналиста. Особенности работы журналистов. Социальная защита журналистов. Взаимоотношения СМИ с гражданами, общественными организациями и юридическими лицами. Опровержение информации. Освещение деятельности органов власти средствами массовой информации. Реклама в средствах массовой информации. Ответственность за нарушение законодательства об информации.

Виды контроля по дисциплине: зачет (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (20 ч.), практические (10 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.32 «Корпоративная культура»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Корпоративная культура» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Культурология».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Имиджевые стратегии в рекламе и PR».

Цель: сформировать у будущих бакалавров экономической и управленческой сферы представление о современной корпоративной культуре, о тех принципах, идеалах и ценностях, на которые она должна опираться, а также показать ее растущую роль в современной экономике.

Задачи:

рассмотреть социально-экономическую сущность, принципы, функции публичных отношений; выявить место и роль PR и массовой информации в рыночных условиях корпоративной работы; изучить особенности разработки PR стратегий для обеспечения конкурентных преимуществ для корпоративных отраслей; научить их использовать основные инструменты PR и массовой информации для реализации

целей компании; исследовать проблемы и перспективы выбора рациональных форм PR-деятельности.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные концепции организационного поведения; основные элементы корпоративной культуры и механизм их взаимодействия; понятия дисциплины «корпоративная культура»; классификации корпоративной культуры в науке; виды корпоративной культуры в экономической сфере; подходы к внедрению корпоративной культуры в отечественном и зарубежном предпринимательстве; кросскультурные особенности процесса реализации корпоративной культуры.

Уметь: излагать и формулировать содержание основных положений организационного поведения; анализировать эффективность воздействия корпоративной культуры и отдельных ее элементов на деятельность сотрудников и их приверженность к организации; анализировать различные возможности использования данного вида корпоративной культуры; организовывать процесс внедрения корпоративной культуры в фирмы (организации); проводить анализ изменений на фирме (в организации) в процессе реализации мероприятий в рамках данной корпоративной культуры.

Владеть: навыками анализа возможностей данной разновидности корпоративной культуры данных управленческих и экономических задач организации; иметь навыки анализа результатов реализации определенного вида корпоративной культуры; формировать эффективные коммуникации для реализации мероприятий корпоративной культуры; навыками организации и проведения мероприятий по внедрению корпоративной культуры.

Дисциплина нацелена на формирование следующих **общекультурных** (ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-5) и **профессиональных** компетенций (ПК-1, ПК-2, ПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины: Понятие, сущность и определение современной корпоративной культуры. Основные понятия и ценности корпоративной культуры. Структура современной корпоративной культуры. Основные функции современной корпоративной культуры. Современная корпоративная культура как сложная и открытая система. Формирование и развитие корпоративной культуры предприятия. Теоретические и методические основы изучения корпоративной культуры организации: понятие корпоративной культуры, ее элементы, типология и функции; формирование организационной культуры. Пути развития корпоративной культуры за рубежом и в России. Имидж компании как одна из составляющих организационной культуры. Пути повышения уровня корпоративной культуры: совершенствование прогрессивных форм обслуживания; рекомендации по совершенствованию корпоративной культуры сервисной организации.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (8 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.Б.33 «История русской литературы и публицистики»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «История русской литературы и публицистики» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Культурология».

Цели и задачи дисциплины:

комплексное изучение истории отечественной литературы.

В результате освоения дисциплины у студентов должны сформироваться знания, навыки и умения, позволяющие анализировать литературный процесс с исторической, культурной и литературной точки зрения.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные тенденции развития литературы; содержание и идейно-художественные особенности основных произведений художественной литературы; место этих произведений в мировом литературном процессе на различных исторических этапах; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии;

Уметь: анализировать на основе полученных знаний литературный процесс и конкретные произведения русской литературы; самостоятельно анализировать научную литературу;

Владеть: профессиональной лексикой и терминологией.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-2, ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных компетенций** (ОПК-1, ОПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины: Культурологические основания периодизации истории литературы. Демократизация русской литературы XVII в. Просвещения. XVIII век в русском литературном процессе. Романтизм. Реализм в литературе XIX в. Литературные течения на рубеже XIX-XX вв. Поэтика модернизма. Литература потерянного поколения. Экзистенциализм в литературе. Вторая мировая война и литература «философской тенденции». Понятие деконструктивизма и постмодернизма. Постмодернизм в русской литературе.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (132 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
«История мировой литературы и публицистики»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «История мировой литературы и публицистики» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Культурология».

Цели и задачи дисциплины:

комплексное изучение истории отечественной литературы, а также литературы стран Западной Европы, Северной и Южной Америки в синхроническом и диахроническом аспектах.

В результате освоения дисциплины у студентов должны сформироваться знания, навыки и умения, позволяющие анализировать литературный процесс с исторической, культурной и литературной точки зрения.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные тенденции развития литературы; содержание и идейно-художественные особенности основных произведений художественной литературы; место этих произведений в мировом литературном процессе на различных исторических этапах; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии;

Уметь: анализировать на основе полученных знаний литературный процесс и конкретные произведения литературы; учитывать особенности культуры и менталитета народов; самостоятельно анализировать научную литературу;

Владеть: профессиональной лексикой и терминологией.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-2, ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных компетенций** (ОПК-1, ОПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины: Культурологические основания периодизации истории литературы. Античная литература и ее место в европейской культурной традиции. Значение личности и творчества У. Шекспира для мировой культуры. Реформация в Англии. Творчество М. Сервантеса и Ф. Рабле. Демократизация русской литературы XVII в. Творчество Д. Дефо, литературная и политическая деятельность Дж. Свифта в контексте Просвещения. Основные сходства и различия реализма в Европе и в России. Эстетизм в английской культуре второй половины XIX в. Литературные течения на рубеже XIX-XX вв. Экзистенциализм в литературе. Феномен литературы южной Америки 2 половины XX века. Понятие деконструктивизма и постмодернизма. Битники. Содержательная специфика и формальные приемы постмодернистской литературной практики.

Виды контроля по дисциплине: зачет (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (132 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.35 «Правоведение»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Правоведение» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой гражданского права и процесса.

Основывается на базе дисциплин: «Философия», «История».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Медиаправо».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: усвоить студентами неюридических специальностей базовые категории и понятия российского законодательства, освоить нормативно-правовые основы современного государственно-правового развития российского общества, в формировании компетентных специалистов, способных всесторонне понимать и оценивать процессы становления и развития государства и права, приобрести навыки творчески мыслить, основываясь на знаниях закономерностей возникновения и развития государственно-правовых явлений и процессов, и всесторонне анализировать современное состояние и тенденции развития государства и права.

Задачи: овладеть основными юридическими понятиями, в приобретении, приобрести умение квалифицированно использовать Конституцию РФ, приобрести навыки анализировать нормативные правовые акты, получить достаточные правовые знания для осуществления профессиональной, социальной и юридической деятельности, а также для защиты своих прав и законных интересов; получить ясное понимание специфики правового регулирования общественных отношений в современных условиях, а этому объективно способствует освоение значительного объема теоретического и практического материала различных отраслей юриспруденции; разобраться в сущности законов, необходимости их единообразного исполнения, важности поддержания режима законности и правопорядка в стране, приоритетности прав и свобод личности и обязанности государства обеспечивать их охрану и защиту.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные юридические понятия; закономерности возникновения и развития государственно-правовых явлений и процессов; содержание нормативно-правовых актов; специфику правового регулирования общественных отношений в современных условиях;

Уметь: разбираться в сущности законов, необходимости их единообразного исполнения, важности поддержания режима законности и правопорядка; работать в коллективе толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

Владеть: способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; способностью использовать основы правовых знаний различных сферах жизнедеятельности; навыками анализа нормативных правовых актов.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных* (ОК-4, ОК-6), *общепрофессиональных* (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3), *профессиональных* компетенций (ПК-4, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Понятие, функции и механизм государства. Система органов государственной власти. Форма государства. Правовое государство и гражданское общество. Антикоррупционная политика государства и меры противодействия коррупции в современных условиях. Понятие права. Источники права. Нормативно-правовые акты. Понятие и структурные элементы системы права. Система современного законодательства. Правонарушение и юридическая ответственность. Основные правовые системы современности. Конституционное право. Конституция - основной закон государства. Международное право как особая правовая система. Основы административного права. Основы гражданского права. Правовое регулирование семейных отношений. Наследственное право. Основы трудового права. Основы экологического права. Основы уголовного права. Преступление и наказание. Коррупционные правонарушения. Уголовная ответственность за их совершение. Правовое регулирование профессиональной деятельности. Правовые основы защиты информации. Государственная, коммерческая и служебная тайна. Формирование правосознания и правовой культуры в условиях развития институтов правового государства и гражданского общества.

Виды контроля по дисциплине: зачет (5 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (100 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.36 «Общественные организации и общественные движения»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Общественные организации и общественные движения» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность», «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель: изложить основы теоретико-методологических подходов, правового регулирования и практического опыта деятельности общественных организаций в их различных организационно-правовых формах.

Задачи: рассмотреть теоретические подходы к социальной организации деятельности; изучить нормативно-правовые основы общественной деятельности, ее основные организационно-правовые формы и направления; акцентировать внимание студентов на критическом отношении к изучению современной практики деятельности общественных организаций и движений; развивать у студентов научный подход и научное мышление в своей будущей практической деятельности.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные понятия курса, его место в системе наук и практики; современные научные взгляды на социальную организацию деятельности; движения; принципы и закономерности социальной организации человеческой деятельности; понятия общественных организаций и общественные потребности, интересы и ценности человека, его психофизические возможности и связь с социальной активностью; основные понятия социального развития, жизненный цикл и социальные факторы;

Уметь: оперировать основными терминами и понятиями; работать с научной литературой, анализировать полученную информацию;

Владеть: концептуальным и терминологическим аппаратом современного научного знания: навыками современного поиска и обработки информации; методами критической оценки содержания и достоверности найденной информации.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-3, ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Понятие общественной организации, движения.

Общественные организации и общественное движение. Основные формы и методы оказания благотворительной помощи в Древнерусском государстве. Благотворительные организации в России во второй половине XIX - начале XX вв. Общественные организации и общественное движение в современной России. Основные субъекты общественной благотворительной деятельности. Опыт деятельности благотворительных общественных организаций и объединений. Социальное партнерство как фундаментальная основа гармонизации современных общественных отношений. Программно-целевое планирование общественной и благотворительной деятельности.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (1 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (34 ч.), лабораторные (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (76 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (8 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (128 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.37 «Визуальные технологии в рекламе и PR (Фотографика и билльд-редактура)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Визуальные технологии в рекламе и PR (Фотографика и бильд-редактура)» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Новые медиа и коммуникационные технологии», «Теория журналистики».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Креатив в рекламе и связях с общественностью».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: выработать понимание сущности профессии «фотограф» в комплексе общественных и личностных предпочтений, профессиональных рисков и ответственности перед обществом.

Задачи: познакомить с профессией фотожурналиста, с историей развития фотографии; обучить работе с фотографической техникой и оптикой; изучить основные функции и задачи фотожурналистики; научить студентов основам освещения объекта съемки, как одному из главных изобразительных способов фотографии; обучить жанрам фотожурналистики; выработать умение работать в команде.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: классификацию и типологию технических средств фотожурналистики; средства и способы получения фотоконтента; общие приемы обработки цифрового изображения; этические нормы и профессиональные стандарты работы фотожурналиста;

Уметь: работать с профессиональным оборудованием; работать в специализированных редакторских программах; организовывать и планировать подготовку для изготовления журналистского продукта; придерживаться профессиональных стандартов;

Владеть: общими навыками использования профессиональной аппаратуры; навыками съёмки и обработки фотоматериалов; основами цифрового редактирования контента.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-7), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-6), **профессиональных** компетенций (ПК-4, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Роль фотографии в СМИ. Виды фотографии в современном медиaprостранстве. Перспектива развития средств визуальной информации. Фоторепортера. Дресс-код, практические случаи. Поведение на съемке. Общение с коллегами. Основные правила фотокомпозиции. Формирование “пространствоощущения”. Практические способы использования правил. Использование кинематографа, как источника вдохновения для фотографа. Разбор фильмов по правилам композиции. Практическое использование фокусного элемента. Способы акцентирования и формирование собственного визуального ряда для материалов. Виды фотокамер. Технический конструктив зеркального фотоаппарата. Средства и техника безопасности, при использовании камеры. Виды

объективов. Задачи и решения каждого из типов. Практические упражнения на формирование устойчивых навыков при работе с камерой. Теоретическая часть фотодела. Съёмки с естественным и постановочным освещением. Изучение характеристики и типологии осветительных приборов. Изучение основных жанров фотожурналистики. Информационные жанры в интернет журналистике. Использование фото в интернет-СМИ. Цифровое редактирование изображений. Первичное ознакомление с программами Adobe Photoshop и Adobe Lightroom. Баланс белого. Ретушь портретов. Основы тонирования. Цвет в фотографии. Основы цветокоррекции и локальных коррекций. Работа со слоями.

Виды контроля по дисциплине: зачет (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.Б.38 «Экономика рекламной и PR-деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Экономика рекламной и PR-деятельности» является вариативной дисциплиной профессионального цикла подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Освоение курса является необходимой составляющей в процессе подготовки профессиональных кадров, закладывает базовые знания по основам профессиональной деятельности журналиста и создает мотивацию для экономической оценки и прогнозирования результатов своей будущей профессиональной деятельности.

Цели и задачи дисциплины.

Цель - получение теоретических знаний по экономике предприятий средств массовой коммуникации, их менеджмента и маркетинга, а также практических навыков относительно применения этих знаний.

Задачи: усвоить основные положения экономических законов применительно к медиа-сфере; освоить ключевые экономические понятия, применяемые в организации работы предприятий средств массовой информации; научиться применять на практике знания по экономике, формированию бюджета, подготовке бизнес-плана; овладеть основными направлениями экономического регулирования деятельности предприятий средств массовой информации.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

Знать: организационно-правовые и экономические основы деятельности предприятий СМИ; основы редакционно-издательского маркетинга и менеджмента;

Уметь: сформировать ключевые направления маркетинговых исследований, прибыльную и расходную части бюджета, бизнес-план редакции СМК;

Владеть: методами экономической оценки деятельности предприятий средств массовой коммуникации.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-4), **общепрофессиональных** (ОПК-2, ОПК-4), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-5) выпускника.

Содержание дисциплины: Журналистская информация как товар: свойства и особенности. Рыночные отношения между производителями журналистской информации и ее потребителями. Товарный вид журналистской информации. Информационный рынок и его структура. Структура ресурсного рынка. Взаимодействие предприятий СМИ и сегментов ресурсного рынка. Организационно-правовые аспекты деятельности СМИ. Медиабизнес как форма вложения капитала. Экономическая основа создания средств массовой информации. Редакционно-издательский маркетинг, его задачи. Изучение рынка периодических изданий. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации. Виды планирования. Реклама издания. Общие экономические принципы деятельности предприятий СМИ. Редакционный бюджет. Расходная и доходная части бюджета. Ценовая политика редакции. Прибыль редакции. Управление творческой (производственной) деятельностью и экономической деятельностью. Бизнес-план как важнейший элемент планирования работы редакции. Виды бизнес-планирования.

Виды контроля по дисциплине: зачет (4 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (62 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы дисциплины** **ПБ.ВВ.1 «Психология массовых коммуникаций»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Психология массовых коммуникаций» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория коммуникации», «Психология».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория общественного мнения».

Цель: сформировать у бакалавров общие понятия о психологических особенностях функционирования процессов массовых коммуникаций, и в частности, изучить психологические особенности создания (производства), восприятия, потребления и воздействия массмедиа.

Задачи: сформировать у студентов научные представления о психологии массовых коммуникаций, ее предметной области, принципах и направлениях исследования; создать у студентов целостное представление о системах массмедиа, их роли, видах и функциях в современном мире; рассмотреть роль культуры в функционировании массмедиа; проанализировать функции массмедиа в современной культуре; обобщить достижения современных исследований в области психологии массовых коммуникаций; ознакомить студентов с основными методами и методиками исследования эффектов массмедиа; сформировать аналитический подход к исследованию личности в контексте массмедиа; выработать навыки эмпирического исследования.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основополагающие проблемы в области психологии массовых коммуникаций; психологические особенности функционирования массмедиа в современном обществе; основные закономерности психологии восприятия, хранения и переработки информации, влияния личностных особенностей на восприятие информации, социально-психологические механизмы влияния и манипуляции.

Уметь: беспристрастно анализировать информацию, выделять те механизмы и приемы влияния, которые в ней использованы, оценивать их эффективность; корректно использовать приемы влияния при организации информации, предназначенной для массмедиа; самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области психологии массовой коммуникации; осознавать роль медиавоздействий на социальное поведение индивида и социума; применять психологические знания в практике организации собственных исследований.

Владеть: научными представлениями о психологических закономерностях взаимодействия личности со средствами массовой коммуникации; навыками работы с литературой и электронными информационными ресурсами; навыками проектирования и организации медиаисследования.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-7), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-6) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-7, ПК-10) выпускника.

Содержание разделов дисциплины: Предметное поле и задачи психологии массовых коммуникаций. Методы психологии массовых коммуникаций. Массмедиа как психологический феномен. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования. Социально-психологические функции, типология и подходы к исследованию эффектов медиавоздействия. Основные модели объяснения медиаэффектов. Основные направления изучения медиавоздействия в современных исследованиях. Психология медиапроизводства. Психологические основы функционирования средств массовой коммуникации в поликультурном мире. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам. Массмедиа как социальный институт и вид бизнеса. Информационные каналы и особенности развития массмедиа в условиях глобализации. Общественное мнение как социальный институт. Политическая, коммерческая и социальная реклама в структуре современных

массмедиа. Медиа в конструировании социальной реальности: медиамир как социально-психологическая среда формирования массового и индивидуального сознания.

Виды контроля по дисциплине: зачет (4 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (62 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы дисциплины** **ПБ.ВВ.2 «Деловая документация»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Деловая документация» является вариативной частью дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Русский язык и культура речи».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии связей с общественностью», «Современный русский язык в СМК».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: сформировать представление о языковых особенностях коммуникативном аспекте делового общения; познакомить со стилевой природой деловой речи; обучить работе с документами в учреждении, организации или на предприятии; способствовать совершенствованию навыков правильной, нормативно выдержанной литературной деловой письменной и устной речи; способствовать повышению уровня общей речевой культуры будущего специалиста.

Задачи: сформировать умения и навыки в моделировании ситуаций делового общения, в подготовке и проведении выступлений делового характера; совершенствовать навыки свободного владения речевым этикетом в деловом общении; сформировать базовые навыки создания, доработки и обработки на основе стандартных методик и действующих нормативов различных типов текстов документов; выработать умения и навыки грамотной организации языкового общения, умелого использования стилистического богатства русского языка; научить создавать, находить, анализировать и контекстно обрабатывать научно-техническую информацию; сформировать умения самостоятельно создавать профессионально значимые речевые произведения.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные нормы и функции русского литературного языка; основные стилистические ресурсы русского литературного языка; основные функциональные стили русского языка; функции и языковые особенности жанров письменной и устной деловой речи; языковые нормы в деловом общении; предмет и функции речевого этикета в деловом общении; основные положения современной деловой

риторики

Уметь: извлечь главную и второстепенную информацию из прочитанного текста; находить, анализировать и контекстно обрабатывать научно-техническую информацию; самостоятельно создавать профессионально значимые речевые произведения (письменные, устные) в форме сообщения, доклада и др.; грамотно составлять документ в соответствии с его типом текстовой организации; моделировать ситуации делового общения; составлять тексты распространенных жанров письменного делового общения, предназначенных для внешнего и внутреннего пользования; определять коммуникативную стратегию и тактику речевого поведения;

Владеть: навыками правильной, нормативно выдержанной литературной деловой письменной и устной речи; устными и письменными деловыми жанрами; речевым этикетом в деловом общении; навыками оформления и редактирования делового и научного документов; владеть правилами и формами деловой и коммерческой переписки, в том числе с зарубежными партнерами; общей языковой культурой; основами ведения деловой беседы; навыками и умениями ориентироваться в речевой ситуации профессионального общения; навыками аргументированного изложения собственной точки зрения; основами публичной речи.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-3, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-3, ПК-6, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины: Структура делового письма. Извещения, напоминания, подтверждения. Запросы потенциальных клиентов и ответы на них. Предложение товаров и услуг. Отказы, расторжение договора. Выставление счетов и осуществление платежей. Доверенности.

Виды контроля по дисциплине: зачет (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), практические (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (48 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВВ.3 «Этика рекламы и связей с общественностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Этика рекламы и связей с общественностью» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Корпоративная

культура».

Цели и задачи: изучение профессиональной этики. Понимание и учет этической компоненты отношений людей в бизнес-среде – условие качественной аналитики экономических и деловых коммуникаций, залог продуктивного целеполагания в области бизнеса XXI века, необходимое условие поддержки позитивного психологического климата в рабочем коллективе и в пространстве всех деловых контактов организации.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные этические проблемы и положения профессиональной этики;

Уметь: находить решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков;

Владеть: быть готовыми к кооперации с коллегами, работе в коллективе, к осознанию социальной значимости своей профессии и обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-4, ОК-5 ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-6), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-6, ПК-10) выпускника.

Содержание дисциплины: Предмет этики и его историческое развитие. Этимология слов «этика», «мораль», «нравственность». Объект и предмет морали. Правила и нормы нравственного поведения. Практическая и нравственная целесообразность. Мотивационная этика и консеквенциализм. Контекстуальная этика. Разнообразие этических и моральных теорий. Типы этических теорий. Мораль и истина. Место этики в структуре философского и гуманитарного знания. Этика сфер человеческой жизнедеятельности: этика хозяйства, этика рынка, этика бизнеса, деловая этика. Статус, субъекты и проблемы этики современного бизнеса как науки и практики.

Виды контроля по дисциплине: зачет (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (58 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВВ. 4 «Экономика (Основы экономической теории)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Экономика (Основы экономической теории)» является вариативной дисциплиной профессионального цикла подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой экономики.

Освоение курса является необходимой составляющей в процессе подготовки

профессиональных кадров, закладывает базовые знания по основам профессиональной деятельности журналиста и создает мотивацию для экономической оценки и прогнозирования результатов своей будущей профессиональной деятельности.

Цели и задачи дисциплины.

Цель - Получение теоретических знаний по экономике предприятий средств массовой коммуникации, их менеджмента и маркетинга, а также практических навыков относительно применения этих знаний.

Задачи: усвоить основные положения экономических законов применительно к медиа-сфере; освоить ключевые экономические понятия, применяемые в организации работы предприятий средств массовой информации; научиться применять на практике знания по экономике, формированию бюджета, подготовке бизнес-плана; овладеть основными направлениями экономического регулирования деятельности предприятий средств массовой информации.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

Знать: организационно-правовые и экономические основы деятельности предприятий СМК; основы редакционно-издательского маркетинга и менеджмента

Уметь: сформировать ключевые направления маркетинговых исследований, прибыльную и расходную части бюджета, бизнес-план редакции СМК.

Владеть: методами экономической оценки деятельности предприятий средств массовой коммуникации.

Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по данному направлению подготовки (профилю):

а) общекультурных (ОК): (ОК-1; ОК-4);

б) общепрофессиональных (ОПК): (ОПК-2; ОПК-4);

в) профессиональных (ПК): (ПК-8; ПК-11).

Содержание дисциплины.

Журналистская информация как товар: свойства и особенности. Рыночные отношения между производителями журналистской информации и ее потребителями. Товарный вид журналистской информации.

Информационный рынок и его структура. Структура ресурсного рынка. Взаимодействие предприятий СМИ и сегментов ресурсного рынка.

Организационно-правовые аспекты деятельности СМИ. Медиабизнес как форма вложения капитала. Экономическая основа создания средств массовой информации.

Редакционно-издательский маркетинг, его задачи. Изучение рынка периодических изданий. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации. Виды планирования. Реклама издания.

Общие экономические принципы деятельности предприятий СМИ. Редакционный бюджет. Расходная и доходная части бюджета. Ценовая политика редакции. Прибыль редакции.

Управление творческой (производственной) деятельностью и экономической деятельностью. Бизнес-план как важнейший элемент планирования работы редакции. Виды бизнес-планирования.

Виды контроля по дисциплине: зачет (4-й семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (14 ч.) и самостоятельная работа студента (42 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 ч.), практические занятия (4 ч.) и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВВ.5 «Социологические и маркетинговые исследования в сфере рекламы и связей с общественностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Социологические и маркетинговые исследования в сфере рекламы и связей с общественностью» является базовой частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория общественного мнения», «Маркетинг».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии связей с общественностью».

Цель: приобретение и накопление знаний в области социологических и маркетинговых исследований.

Задачи: углубление знаний по анализу внутренней и внешней среды компании; приобретение практических навыков по сбору и обработке информации, использованию современных средств обработки информации; формирование способностей, необходимых для организации маркетинговых исследований; овладение навыками по структурированию задач и определению стратегий достижения поставленной цели в области связей с общественностью;

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные направления маркетинговых исследований; специфику маркетинговых исследований; типы маркетинговых исследований;

Уметь: исследовать эффективность рекламной кампании; исследовать популярность отдельных рекламных средств;

Владеть: навыками анализа медиа-каналов; навыками контроля эффективности решений в сфере рекламы.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-3, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-4, ОПК-5) **профессиональных компетенций** (ПК-9, ПК-10, ПК-11) выпускника.

Содержание разделов дисциплины: Направления маркетинговых исследований. Исследование характеристик потребителей; анализ товара; изучение

рынка; анализ медиа-каналов; контроль эффективности решений в сфере рекламы. Специфика маркетинговых исследований рекламной деятельности. Типы маркетинговых исследований рекламной деятельности. Испытание рекламы, планируемой к выпуску. Исследование эффективности рекламной кампании. Исследование эффективности и популярности отдельных рекламных средств.

Виды контроля по дисциплине: зачет (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2,5 зачетные единицы, 90 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (44 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (82 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВВ.6 «Маркетинг»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Маркетинг» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой маркетинга и логистики.

Основывается на базе дисциплин: «Экономика (Основы экономической теории)».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Менеджмент в сфере рекламы и связей с общественностью», «Социологические и маркетинговые исследования в сфере рекламы и связей с общественностью».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: формирование знаний в области современного маркетинга, маркетинговых концепций и рыночных процессов

Задачи: формирование практических навыков проведения маркетинговых исследований: сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации, оценки конкурентоспособности товара, изучения потребителей; сформировать выводы, характеризующие состояние и развитие рыночной ситуации, а также реализовать модели принятия маркетинговых решений в постоянно меняющихся условиях.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: современные тенденции в развитии маркетинга; виды маркетинговой информации; способы получения и анализа исследовательской информации; основные принципы и методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики организации; основы поведения потребителей; сущность маркетингового управления предприятием; сущность партнерских отношений с потребителями, клиентами, рыночными партнерами;

Уметь: осуществлять анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач; анализировать поведение потребителей; сегментировать рынок и позиционировать продукцию; формировать спрос на

продукцию, товар или услугу организации; проводить конкурентный анализ отрасли; разрабатывать маркетинговую стратегию организации;

Владеть: навыками сбора, анализа и использования информации, необходимой для принятия различных управленческих и маркетинговых решений; аналитическими методами для оценки эффективности маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях; умениями применять и методы маркетингового управления предприятием в профессиональной деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-4, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3) **профессиональных** компетенций (ПК-4, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Сущность, принципы и функции маркетинга. Рынок и маркетинговая среда предприятия. Конкуренция на рынке товаров и услуг. Маркетинговая информационная система (МИС) предприятия. Понятие, цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Анкетные опросы как метод сбора маркетинговой информации. Сегментирование рынка. Процесс управления маркетингом. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга. Организация службы маркетинга на предприятии. Общая характеристика комплекса маркетинга. Товарная политика предприятия. Ценовая политика предприятия. Политика распределения на предприятии. Коммуникативная политика предприятия. Основные понятия в международном маркетинге. Стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия.

Виды контроля по дисциплине: зачет (5 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (100 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВВ.7 «PR-практикум»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «PR-практикум» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Креатив в рекламе и связях с общественностью», «Технологии связей с общественностью (Технологии PR в сфере политики)», «Технологии связей с общественностью (Технологии PR в сфере шоу-бизнеса)».

Цель: сформировать у студентов комплекс знаний о современных технологиях связей с общественностью; выработать навыки практического применения PR-технологий в социальной практике для достижения эффективного коммуникативного взаимодействия субъектов PR-процесса с целевыми аудиториями.

Задачи: закрепить базисные знания о связях с общественностью, полученные в ходе изучения теоретической части курса; охарактеризовать основные элементы и многообразие видов технологий связей с общественностью; проанализировать традиционные и новые технологии коммуникационной работы со СМИ; рассмотреть процесс, логику и механизмы управления информацией, ознакомить с приемами конструирования и увеличения значимости новостей; дать представление об основных правилах создания информационных и оперативных PR-документов, привить первоначальные навыки составления PR- документов; на конкретных примерах продемонстрировать практическое использование современных технологий связей с общественностью для нужд некоммерческих организаций; дать оценку и научить применять социологические методики для исследования основных звеньев коммуникативной цепи и определения степени влияния PR- коммуникации на индивида, целевые группы общественности и организацию; проанализировать прикладные методы и методики анализа, используемые в связях с общественностью, включая SWOT-анализ, контент-анализ, изучение кейсов, мозговой штурм; охарактеризовать особенности разработки стратегии и тактики в области связей с общественностью; выявить особенности процесса создания и поддержания позитивного корпоративного имиджа, способствовать формированию навыков управления корпоративным имиджем; привить студентам навыки регулярного пополнения и активного практического использования современного арсенала технологий в области связей с общественностью.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: ключевые составляющие технологий связей с общественностью, их основные виды, а также особенности их практического применения в информационно- коммуникационных кампаниях; технологии «обратной связи» в связях с общественностью; специфику подбора PR-технологий для осуществления коммуникационных взаимодействий с целевыми и ключевыми аудиториями, группами влияния; специфику разработки и реализации как отдельных мероприятий при решении краткосрочных задач, так и PR-кампаний для достижения долгосрочных целей; способы оценки эффективности кампании по связям с общественностью; характерные особенности установления взаимодействий со СМИ в связях с общественностью; методики проведения социологических исследований, прикладные методы и методики анализа, используемые в связях с общественностью.

Уметь: осуществлять комплексный и ситуационный анализа проблем в области связей с общественностью; проводить исследования в конкретных предметных областях PR, осуществлять обработку данных и интерпретацию полученных результатов; проектировать кампанию по связям с общественностью; организовывать специальные мероприятия для ключевых аудиторий базисного PR- субъекта; составлять и оформлять материалы для экспертных заключений, аналитических документов, отчетов в области связей с общественностью; анализировать экономические, социальные, репутационные риски в контексте исследования стратегии и тактики PR-кампаний, осуществленных на практике различными PR-субъектами.

Владеть: навыками анализа социально-значимых проблем и процессов на основе усвоенных теоретических знаний; навыками выполнения функций по связям с общественностью: создания позитивного имиджа, развития эффективных отношений с целевыми группами общественности и значимыми лицами; прикладными методами и методиками анализа, включая SWOT-анализ, контент-анализ, коммуникационный аудит, ситуационный анализ, мозговой штурм, фокус-группы; первоначальными навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью; технологиями оценки эффективности коммуникативных процессов в определенных социальных и коммуникативных ситуациях; базовыми навыками общения, умением устанавливать и поддерживать и межличностные отношения, деловые отношения с представителями СМИ и различных целевых аудиторий; навыками презентации результатов PR-деятельности; умением работать в команде, обеспечивать благоприятный климат в коллективе; навыками работы с электронными медийными библиотеками, другой научно-практической информацией, связанной с разработкой и реализацией проектов в области связей с общественностью.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Установление и поддержание отношений со СМИ. Организация взаимодействий со СМИ. Технологии проведения медиа-мероприятий. Подготовка информационных материалов для СМИ. Ньюсмейкинг. Исследования в связях с общественностью. Роль и место исследований в процессе деятельности по связям с общественностью. Проектирование PR-кампаний. Исследовательский этап PR-кампании. Планирование PR-кампании. Практическая реализация и оценка эффективности PR-кампании. Социальные технологии связей с общественностью. Технологии связей с общественностью в некоммерческом секторе. Социальная реклама. Конструирование корпоративного имиджа. Формирование корпоративного имиджа средствами PR.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (10 ч.), практические (20 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВС.8 «Основы регулирования использования продуктов рекламной деятельности»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Основы регулирования использования продуктов рекламной деятельности» является вариативной дисциплиной профессионального цикла подготовки специализированных кадров, является обязательной при реализации основных образовательных программ

подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Данный курс знакомит студентов с основными понятиями интеллектуальной собственности, дает представление об использовании полученных знаний в журналистской деятельности, а также создает предпосылки для соблюдения законодательства в научно-исследовательской деятельности.

Цели и задачи дисциплины.

Цель - освоение теоретических основ регулирования отношений интеллектуальной собственности в условиях рыночной экономики, применения законодательства по регулированию вопросов интеллектуальной собственности в журналистской практике и научной работе.

Задачи:

формирование у студентов системы научно-теоретических знаний в сфере интеллектуальной собственности;

определение и раскрытие основных понятий, категорий и институтов в сфере интеллектуальной собственности;

решение проблем применения положений законодательства об интеллектуальной собственности в журналистской практике и научной работе.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

Знать: теоретические основы интеллектуальной собственности, основные понятия, категории и институты;

Уметь: правильно раскрывать основные понятия, институты и категории интеллектуальной собственности, применять в журналистской практике и научной работе основные положения законодательства в сфере интеллектуальной собственности.

Владеть: навыками анализа результатов творческой деятельности на предмет наличия интеллектуальной собственности.

Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по данному направлению подготовки (профилю):

а) общекультурных (ОК): (ОК-4);

в) профессиональных (ПК): (ПК-2, ПК-4).

Содержание дисциплины.

Результаты творческой деятельности как объекты правовой защиты. Понятие права интеллектуальной собственности. Право интеллектуальной собственности на результаты художественного и технического творчества. Объекты и субъекты прав интеллектуальной собственности. Понятие личного неимущественного права. Плагиат. Понятие имущественного права интеллектуальной собственности. Право на использование объекта интеллектуальной собственности. Договоры по распоряжению имущественными правами интеллектуальной собственности. Понятия юридической ответственности. Способы защиты гражданских прав и интересов в сфере интеллектуальной собственности. Понятие авторского права. Произведение

как объект правовой защиты, его виды, признаки. Субъекты авторского права. Личные неимущественные и имущественные авторские права. Понятие смежных прав. Объекты и субъекты смежных прав. Личные неимущественные и имущественные смежные права и основания их возникновения. Право интеллектуальной собственности на коммерческое название. Право интеллектуальной собственности на торговую марку. Право интеллектуальной собственности на научное открытие.

Виды контроля по дисциплине: зачет (7-й семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.)

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВС.8 «Теория общественного мнения»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Теория общественного мнения» является базовой частью практического блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория массовой коммуникаций», «Теория и практика рекламы», «Философия», «Психология массовых коммуникаций».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии связей с общественностью».

Цели: усвоение знаний социальных теорий массовой коммуникации; формирование умений и навыков применения методов социологических исследований коммуникативного процесса; рассмотреть теорию МК и деятельность средств массовой коммуникации; изучить социологические исследования массовой коммуникации.

Задачи: анализ функций, ролей и тенденций развития СМК; изучение современных теорий информационного процесса; взаимодействия СМК с властью и аудиторией в западных странах и российском обществе; изучение методов и результатов социологических исследований массовой коммуникации.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные направления, понятия, теоретические концепции в области социологии массовой коммуникации;

Уметь: выявлять, описывать и объяснять особенности деятельности средств массовой коммуникации; понимать процесс социологических исследований в массовой коммуникации;

Владеть: методологическим базисом изучаемой дисциплины, определять соотношение социологии массовой коммуникации со смежными науками, иметь

представление о специфике социально-коммуникационных процессов в современном обществе.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-5, ПК-6, ПК-10) выпускника.

Содержание дисциплины: Социология массовой коммуникации в системе социологического знания. Субъективный аспект массово-коммуникативной деятельности. Объект в системе массово-коммуникативной деятельности. Функциональный аспект массовой коммуникации. Институциональный аспект массовой коммуникации. Мотивация аудитории обращения к СМИ. Механизмы институционализации массовых коммуникаций в индустриальных обществах. Аудитория массовой коммуникации. Понятие аудитории. Информационные потребности аудитории. Механизмы воздействия СМИ на аудиторию. Средства массовой информации и общественное мнение.

Виды контроля по дисциплине: зачет (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 90 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВС.9 «Теория и практика дизайна в рекламных технологиях»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Теория и практика дизайна в рекламных технологиях» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Креатив в рекламе и связях с общественностью», Теория и практика рекламы».

Цель: дать студентам представление о рекламном дизайне и научить разрабатывать рекламный дизайн с применением различных имиджевых технологий.

Задачи: закрепить базисные знания о рекламе, полученные в ходе изучения теоретической части курса; охарактеризовать основные элементы и многообразие видов технологий рекламного дизайна; проанализировать традиционные и новые рекламные технологии; дать представление об основных правилах создания макетов рекламы, привить первоначальные навыки составления дизайн-проектов; на конкретных примерах продемонстрировать практическое использование современных технологий рекламного дизайна.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: понятия «реклама и рекламный дизайн»; основные элементы рекламного дизайна; техники и технологии создания дизайна; управление дизайн инструментами;

Уметь: проектировать дизайн рекламы различных продуктов; анализировать наиболее значительные произведения выдающихся мастеров дизайна и современной архитектуры, представлять ход и современные тенденции развития архитектуры и дизайна;

Владеть: навыками создания рекламного дизайна; прикладными методами и методиками дизайна; первоначальными навыками с рекламными технологиями.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: О понимании дизайна. Основные определения и понятия. Основы композиции. О понимании дизайна. Основные определения и понятия. Основы композиции. Понятие формы. Объективные свойства формы, типы форм, основные и вспомогательные свойства формы. Понятие «величина и масса формы». Пропорции и отношения. Простые и иррациональные отношения. Золотое сечение. Масштаб. Закономерность метра и ритма как средство организации элементов в единую устойчивую систему. Ритмический и метрический строй, упорядоченность, единство и целостность. Предыстория дизайна. Уильям Моррис и Движение за Обновление искусств и ремесел. Стиль Модерн, его социальные и эстетические противоречия. Основные течения стиля модерн. "Гильдия века" в Англии. Творчество Обри Бердслея. Работы Ч. Макинтоша. Школа в Глазго. Промышленные выставки в России. Абрамцевская и Талашкинская мастерские. Создание первых учебных заведений по подготовке художников для промышленности в России. Творчество Врубеля. Русский модерн, его основные направления. "Неорусский" стиль в Москве. "Северный" модерн в Петербурге. Объединение «Мир искусства». Фирменный стиль как дизайн-задача. Появление новой пространственной концепции в искусстве двадцатого века. Исследование пространства - кубизм. Исследование движения - футуризм. Новые художественные средства выражения. Экспрессионизм в живописи и архитектуре. Влияние современного искусства на художественную культуру. Неопластицизм - движение "Де Стил". Основы теории цвета. Общие сведения о теории цвета и ее основные понятия. Главные характеристики цвета: цветовой тон, светлота, насыщенность. Восприятие цвета. Глаз как орган восприятия цвета. Трехкомпонентная теория цветового зрения. Символика цвета. Психологические свойства цвета. Классификация цветов по психологическому воздействию. Закономерности взаимодействия цвета и объемно-пространственной формы. Стиль и типографика. Основы типографского искусства. Создание эффективных публикаций. Особенности восприятия печатной рекламы. Шрифты, графические характеристики шрифта, принципы классификации, системы измерений. Основные требования к шрифтам. Современные тенденции в дизайне.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На

заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.ВС.9 «Основы компьютерной графики в рекламной сфере»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Основы компьютерной графики в рекламной сфере» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Креатив в рекламе и связях с общественностью», «Новые медиа и коммуникационные технологии», «Технические средства массовой информации».

Цель: ознакомления студентов с основными понятиями компьютерной графики (КГ) и области ее применения. При изучении дисциплины обучающийся студент приобретает необходимые знания при работе с растровой и векторной графикой, которые в дальнейшем может эффективно использовать их в своей профессиональной деятельности. Курс включает в себя освоение основных инструментальных функций графических пакетов Illustrator и Photoshop компании Adobe.

Задачи: закрепить базисные знания о рекламе, полученные в ходе изучения теоретической части курса; охарактеризовать основные элементы и многообразие видов технологий рекламы; рассмотреть процесс, логику и механизмы создания компьютерной графики в рекламе; дать представление об основных правилах создания компьютерной графики.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: историю развития компьютерной графики и области ее применения; аппаратные средства компьютерной графики; понятия цвета и цветовые характеристики, цветовые модели; алгоритмы сжатия и форматы графических файлов; основные понятия растровой и векторной графики.

Уметь: создавать и редактировать растровые и векторные изображения; работать с растровой графикой в программе Adobe Photoshop; работать с векторной графикой в программе Adobe Illustrator; выполнять творческую работу в виде рекламного буклета, компьютерной живописи, плаката, коллажа, товарного знака, логотипа и т.д.

Владеть: навыками и методами работы с графическими редакторами; терминологической базой; основными принципами компьютерной графики.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Введение в компьютерную графику, Аппаратные средства компьютерной графики, Представление графических данных, Растровая графика, Векторная графика, Область применений компьютерной графики.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВС.10 «Рекламный практикум (Политическая реклама)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Рекламный практикум (Политическая реклама)» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Введение в специальность», «Теория и практика рекламы (Некоммерческая реклама)», «Общественные организации и общественные движения», «Политология».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: усвоение системы знаний в области рекламы как теоретической и прикладной дисциплины, основных этапов, школ и форм ее развития; особенностей российской политической рекламы, современных методов и методик исследования общественных явлений и процессов, умения применять их на практике; а также формирование у будущих специалистов способности осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста рекламы

Задачи: ознакомление с предметом, структурой, функциями практической и теоретической сторон изучения дисциплины как области профессиональной деятельности; выявление сущности, характера, содержания деятельности, основных позиций и стратегий специалиста в данной сфере; формирование умений и навыков творческой и профессиональной деятельности в области рекламных технологий, которые являются важнейшим компонентом современной журналистики, политики, экономики, менеджмента и маркетинга политической работы, политической психологии и др.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать основные понятия курса и уметь ими оперировать; иметь представление об основных характеристиках политической рекламы; знать основные нормативно-правовые акты, которые используются в процессе работы в области политической рекламы; иметь представления о специфике деятельности в области политической рекламы;

уметь оперировать основными терминами и понятиями; воспроизводить содержание тем дисциплины, апеллируя к необходимым источникам; использовать полученные знания и навыки в практике профессиональной деятельности;

владеть навыками научной организации своего труда; навыками современного поиска и обработки информации; методами критической оценки информации.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-3, ОК-7, ОК-8), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-8), **профессиональных компетенций** (ПК-2, ПК-3, ПК-5).

Содержание дисциплины: Тема 1. Реклама как социальное явление. Тема 2. История возникновения и развития рекламы и политической рекламы. Тема 3. Массовое сознание как объект политической рекламы: социологический и информационный аспекты. Тема 4. Политическая реклама и ценностные ориентации общества. Тема 5. Рекламный текст. Тема 6. Социально-психологические основы политической рекламы. Тема 7. Социально-этические аспекты рекламной деятельности в политической сфере. Тема 8. Правовые нормы регулирования рекламной деятельности. Тема 9. Управление политической рекламой.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (10 ч.), лабораторные (20 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВС.10 «Рекламный практикум (Социальная реклама)»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Рекламный практикум (Социальная реклама)» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Введение в специальность», «Теория и практика рекламы (Некоммерческая реклама)», «Общественные организации и общественные движения».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: усвоение системы знаний в области рекламы как теоретической и прикладной дисциплины, основных этапов, школ и форм ее развития; особенностей российской социальной рекламы, современных методов и методик исследования общественных явлений и процессов, умения применять их на практике; а также формирование у будущих специалистов способности осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста рекламы

Задачи: ознакомление с предметом, структурой, функциями практической и теоретической сторон изучения дисциплины как области профессиональной деятельности; выявление сущности, характера, содержания деятельности, основных позиций и стратегий специалиста в данной сфере; формирование умений и навыков творческой и профессиональной деятельности в области рекламных технологий, которые являются важнейшим компонентом современной социологии, журналистики, политики, экономики, менеджмента и маркетинга социальной работы, социальной психологии и др.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать основные понятия курса и уметь ими оперировать; иметь представление об основных характеристиках социальной рекламы; знать основные нормативно - правовые акты, которые используются в процессе работы в области социальной рекламы; иметь представления о специфике деятельности в области социальной рекламы;

уметь оперировать основными терминами и понятиями; воспроизводить содержание тем дисциплины, апеллируя к необходимым источникам; использовать полученные знания и навыки в практике профессиональной деятельности;

владеть навыками научной организации своего труда; концептуальными основами и теоретическим аппаратом в области социального благополучия; навыками современного поиска и обработки информации; методами критической оценки информации.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-1, ОК-3, ОК-7, ОК-8), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-8), **профессиональных компетенций** (ПК-2, ПК-3, ПК-5).

Содержание дисциплины: Тема 1. Реклама как социальное явление. Тема 2. История возникновения и развития рекламы и социальной рекламы. Тема 3. Массовое сознание как объект социальной рекламы: социологический и информационный аспекты. Тема 4. Социальная реклама и ценностные ориентации общества. Тема 5. Рекламный текст. Тема 6. Социально – психологические основы социальной рекламы. Тема 7. Социально – этические аспекты рекламной деятельности в социальной сфере. Тема 8. Правовые нормы регулирования рекламной деятельности. Тема 9. Управление социальной рекламой.

Виды контроля по дисциплине: экзамен (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (10 ч.), лабораторные (20 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.ВС.11 «Региональные СМК»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Региональные СМК» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Медиаправо».

Цели и задачи дисциплины:

Цель: изучение концепции, типологии и аудитории региональных СМИ, регионального рынка печатных периодических изданий, его качественных и количественных характеристик, существования СМИ в условиях региона, а также состояния и тенденций развития СМИ.

Задачи: сформировать представление об информационном региональном рынке республики и СМИ как информационном товаре; научить определять информационную типологическую нишу региональных СМИ и их целевую аудиторию; дать представление о типологической системе СМИ (классификации СМИ по разным основаниям и параметрам); научить разрабатывать концепцию различных по типологии изданий.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику социокультурных и просветительских функций региональной печати, приемы позволяющие пользоваться этим знанием в практической профессиональной деятельности; основные этапы развития региональной журналистики; состояние развития региональных СМИ и перспективные направления местной журналистики; актуальные проблемы современной региональной прессы; специфику типологического движения газетно-журнальных форм в местной печати; программы наиболее общественно значимых изданий, характер их влияния на общественно-политическое движение; работы ведущих журналистов области;

Уметь: осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики регионального СМИ, его конкретного вида, типа; особенностями аудитории, осуществлять взаимодействие с ней; характеризовать степень и формы влияния региональных изданий на информационный рынок; вычленять элементы, позволяющие классифицировать местные издания по типу информационной стратегии; оценивать жанрово-стилевое своеобразие публикаций в региональных изданиях различного периода; вычленять полемические приемы, стратегии позиционирования, используемые региональными публицистами, применять наиболее продуктивные из них в собственной творческой практике; выявлять, анализировать проблемы, связанные со спецификой регионального информационного пространства, просчитывая возможные пути их решения;

Владеть: приемами активного анализа текущей информационно-коммуникационной ситуации, контакта с практикующими журналистами с целью получения материалов для анализа, сопоставления, обобщения и соотнесения с практикой собственной профессиональной деятельности; навыками описания и классификационно-типологического анализа различных видов, типов региональных

СМИ, сравнительного анализа медиасистем разных видов с учетом специфики региона, методами медийного проектирования.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных* (ОК-4, ОК-6), *общепрофессиональных* (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3), *профессиональных* компетенций (ПК-4, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Вводное занятие. Портрет региона. Освещение в СМИ политических событий в регионе. Экономическая тематика в региональных СМИ. Аграрная тематика в СМИ. Культурная жизнь региона, ее отражение в местных СМИ. Проблемы доступности и качества образования в региональных СМИ. Освещение темы здравоохранения в региональных СМИ. Региональное телевидение в системе СМИ области. Региональное радиовещание в системе СМИ области. Информационные агентства, интернет-издания в системе СМИ области.

Виды контроля по дисциплине: зачет (5 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы ПБ.ВС.11 «Манипуляции в рекламе»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Манипуляции в рекламе» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по профилю подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Политология».

Цели и задачи дисциплины:

Теоретические цели: дать ориентацию в глобальных проблемах современности и в актуальных проблемах современного общества, способствовать пониманию их сущности и причинах возникновения; сформировать представление о том, какую роль играет реклама и СМИ в отражении актуальных проблем современности.

Практические цели: научить анализировать в данном аспекте практику СМИ, уровень и качество публикаций; подготовить магистрантов к компетентному и профессиональному освещению острых проблем и противоречий современного общества.

Задачи:

– дать ориентацию в глобальных проблемах современности и в актуальных проблемах современного российского общества, способствовать пониманию их сущности и причинах возникновения;

– сформировать представление о способах воздействия СМИ на проблемы глобализации, о том, какую роль играет журналистика и СМИ в отражении актуальных проблем современности;

– научить анализировать в данном аспекте практику СМИ, уровень и качество публикаций;

– подготовить магистрантов к компетентному и профессиональному освещению острых проблем и противоречий современного общества.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать определение терминов: «повестка дня» в СМИ, «информационная волна», «информационная война», «социальный институт», «объективность»; требования, предъявляемые к подготовке материалов в различных жанровых группах; принципы и правила формирования повестки дня в средствах массовой информации и информационные приоритеты в них; социальные проблемы, существующие в современном обществе.

уметь анализировать контент современных СМИ разного уровня с точки зрения определения социальной значимости и частоты освещения той или иной актуальной для них проблемы и определять место конкретной проблемы в том или ином СМИ; выявлять тенденции в освещении той или иной социальной проблемы как в конкретном СМИ, так и в массмедиа в целом; интерпретировать социокультурные эффекты деятельности СМИ; самостоятельно выполнить научное исследование: выделить актуальную проблему, сформулировать гипотезу, разработать программу, выбрать адекватные методы, собрать, проанализировать и интерпретировать эмпирические данные, сформулировать выводы, имеющие научно-практическую значимость, подготовить и провести презентацию;

владеть навыками анализа воздействия средств массовой информации на сферы жизнедеятельности общества; приемами, позволяющими подготовить наиболее эффективно воздействующий на аудиторию материал в любом жанре журналистики.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

а) общекультурных (ОК): (ОК-6);

б) общепрофессиональных (ОПК): (ОПК-1; ОПК-2);

Содержание дисциплины: «Глобальные процессы современности в проблематике СМИ», «Манипулятивные технологии и приемы», «Подходы к формированию "повестки дня" в разных типах СМИ», «Понятия "компетентности" и "социальной ответственности"», «Амплуа современного журналиста», «Роль журналистики и СМИ в освещении и поиске решения актуальных проблем современности», «Необъективность отражения реальных событий в интересах определенных социальных сил», «Проблемы глобализации как актуальный объект освещения в СМИ», «Национальные и межнациональные проблемы современности – "горячая" и "табуированная" тема в СМИ», «Политическая проблематика в "повестке дня" современных СМИ»,

Виды контроля по дисциплине: зачет (5 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (98 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.ВС.12 «История современного мира»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «История современного мира» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой отечественной и региональной истории.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Философия», «Правоведение».

Цели и задачи дисциплины: дать студентам современное представление об основных этапах современной истории во взаимосвязи с историей мировых цивилизаций; углубить и расширить исторические знания студентов, приобретенные в средней школе и средних специальных учебных заведениях; сформировать у студентов основы исторического типа мышления.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать основные исторические факты; понятия; даты; события; имена и деяния исторических персоналий, в т.ч. выдающихся ученых историков; историю развития Российской государственности, социально-экономических, внутривластных, внешнеполитических и культурных отношений; особенности становления Российской цивилизации, ее место в мировом сообществе цивилизаций.

уметь анализировать исторический, хронологический, графический материал, представленный в описательном или табличном виде; актуализировать исторические факты, соотносить их с современностью; формулировать определения исторических понятий, выводы, обосновывать их; давать развернутую характеристику исторических явлений, процессов и деятелей; кратко характеризовать основные периоды развития общества; составлять различные текстовые таблицы (причем и с самостоятельным определением формы), цифровые графики и диаграммы.

владеть навыками работы с научной, справочной литературой (словарями, указателями, каталогами, электронными носителями); основами исторического мышления; навыками проведения сравнительного анализа фактов и явлений общественной жизни на основе исторического материала.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных компетенций* (ОК-1); *общепрофессиональных* (ОПК-3; ОПК-4);

профессиональных компетенций (ПК-11; ПК-12).

Содержание дисциплины: изучение дисциплины включает 18 тем.

Виды контроля по дисциплине: зачет (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.ВС.6 «Конфликтология»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Конфликтология» является вариативной частью общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой политологии.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Философия», «Политология», «Правоведение».

Цель курса: формирование у студентов целостного представления о теоретических и прикладных основах конфликтологии, навыках профессионального поведения в конфликтных ситуациях и регулирования конфликтов.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**: изучить теоретические основы конфликта, закономерности его возникновения и протекания; ознакомить с основными направлениями развития конфликтологической науки; изучить основные виды конфликтов, показав их многообразие и естественную неизбежность; формирование четкого представления об основных стадиях и фазах политического конфликта; изучение и формирование навыков применения основных методов и специальных методик анализа конфликтов различного типа; сформировать умение принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях; помочь овладеть технологиями регулирования конфликтов, ознакомление с основными стратегиями и динамикой переговорного процесса; уметь применять навыки предупреждения и успешного преодоления конфликтных ситуаций.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать содержание, предмет, объект, теоретические и методологические основы конфликтологии, понятие, особенности и виды конфликтов; закономерности и механизмы возникновения и развития конфликтов; структуру, функции и динамику конфликтов; типологии социально-политических конфликтов; этапы управления конфликтом; основные методы управления, разрешения, прогнозирования, профилактики и разрешения конфликтов;

уметь использовать категориальный аппарат в анализе конфликтных ситуаций; формулировать объект и предмет конфликтной ситуации; владеть принципами и методологией объективного анализа конфликтов, быть способным к установлению основных причин и дополнительных факторов эскалации политических конфликтов до стадии открытого противоборства; понимать конструктивную и деструктивную направленность конфликтов; уметь выделять соответствующие стадии и фазы эскалации и деэскалации конфликтов; применять технологии регулирования конфликтов, диагностировать конфликты в организации, разрабатывать мероприятия по их предупреждению и разрешению, в том числе с использованием современных средств коммуникации; научиться оценивать возможные альтернативы переговорному соглашению.

владеет навыками анализа информации и определения факторов и условий, вызывающих конфликты; определения необходимых технологий урегулирования конфликтов разных уровней; конфликтологической культурой будущего специалиста для успешной реализации профессиональной деятельности и саморазвития; самостоятельного нахождения оптимальных путей преодоления сложных конфликтных ситуаций; управления социальными конфликтами; использования конфликта в качестве конструктивного инструмента для достижения поставленных целей.

Дисциплина предусматривает формирование следующих **общекультурных компетенций (ОК):** (ОК-1; ОК-3); **общепрофессиональных компетенций (ОПК):** (ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4).

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Становление конфликтологии как науки и учебной дисциплины. Возникновение и развитие конфликтологических идей и теорий. Основные научные парадигмы изучения социально-политических конфликтов. Конфликт как феномен общественной жизни. Понятие и структурные характеристики социально - политического конфликта. Динамика и механизмы политического конфликта. Причины и функции конфликтов. Типология политических конфликтов. Действующие силы конфликтов. Особенности эскалации и деэскалации политических конфликтов.

Раздел 2. Менеджмент конфликтов: способы предупреждения, урегулирования и разрешения конфликтного взаимодействия. Стратегии и методы разрешения конфликтных ситуаций. Основные подходы, способы и методы предупреждения конфликтов. Третья сторона в урегулировании конфликтов. Переговоры как способ предупреждения и разрешения конфликтов. Подготовка и проведение переговоров.

Виды контроля по дисциплине: зачет (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), практические (4 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (64 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВС.13 «Спецкурс 1 «Теория и практика переговоров в связях с общественностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: Спецкурс 1 «Теория и практика переговоров в связях с общественностью» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью)», «Технологии

связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии связей с общественностью (Связи с общественностью в международных коммуникациях)».

Цель: в результате освоения дисциплины бакалавр должен уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации. Формирование необходимых навыков для проведения эффективных деловых переговоров, совещаний, публичных выступлений.

Задачи: развитие практических навыков ведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телефонных разговоров, публичных выступлений; изучение отечественного и зарубежного опыта проведения деловых встреч и переговоров; изучение особенностей ведения переговоров и делового общения с иностранными фирмами.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: принципы и закономерности проведения деловых переговоров, встреч, совещаний, публичных выступлений, телефонного делового общения; особенности ведения переговоров с зарубежными деловыми партнерами; основы делового протокола и деловой этики.

Уметь: применять полученные навыки для подготовки и проведения деловых переговоров и встреч; проводить деловые совещания; выступать перед аудиторией, в т.ч. с использованием презентации; грамотно вести прием посетителей и телефонные переговоры; использовать знания в области проведения деловых переговоров для реализации профессиональных навыков.

Владеть: базовыми навыками публичных деловых и научных коммуникаций; способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; способностями готовить аналитические материалы для управления переговорными процессами и оценки их эффективности.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4), **профессиональных компетенций** (ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Риторический инструментарий деловой речи. Невербальные средства делового общения. Современный деловой этикет. Особенности проведения совещания. Деловые переговоры: определение тактики и стратегии. Деловое общение по телефону и прием посетителей. Специфика проведения деловых переговоров с зарубежными деловыми партнерами. Анализ проведения деловых переговоров.

Виды контроля по дисциплине: зачет (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), лабораторные (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (48 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.ВС.13 Спецкурс 1 «Стилистика и литературное редактирование
рекламных текстов»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Стилистика и литературное редактирование рекламных текстов» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин «Современный русский язык в СМК», «Коммуникативная логика», «Журналистские жанры», «Современный рекламный и PRтекст», «Жанры рекламных и PRтекстов».

Цели и задачи дисциплины:

Цель - познакомить будущих рекламистов с основами издательского дела, анализа и редактирования литературного произведения, привить практические навыки работы над текстом, обеспечивая тем самым высокий профессиональный уровень будущих специалистов.

Задачи курса:

- овладение методикой комплексной правки текста,
- выработка у студентов умения добиваться оптимального соответствия формы и содержания текста его коммуникативно-целевой установке,
- обеспечение логической четкости, композиционной стройности и фактической достоверности излагаемого материала.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать основы работы издателя; различные виды текста и особенности работы над ними; логические и композиционные основы редактирования текста; методику работы с фактическим материалом; методы комплексной правки текста при сохранении его индивидуально-авторских особенностей.

уметь выполнять работу с фактическим материалом; анализировать и редактировать различные виды текстов; свободно применять логические и композиционные основы редактирования текста;

владеть навыками составления текстов в соответствии с жанровыми требованиями, законами композиции, правилами русского языка; использования богатого лексического запаса с учетом нюансов в значениях синонимов; выбора стилистически адекватных языковых средств в зависимости от задачи составляемого текста; редактирования текста в соответствии с принятой традицией с использованием специальных редакторских терминов и знаков.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных компетенций* (ОК-6, ОК-7), *общепрофессиональных* (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3) *профессиональных компетенций* (ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: (**Тема 1.** Издательское дело и литературное редактирование как учебная дисциплина. Общие проблемы литературного

редактирования. **Тема 2.** Основные принципы редакторской работы. **Тема 3.** Издательское дело как отрасль производства. Структура универсального книжно-журнального издательства. **Тема 4.** Технологическая схема издательского процесса. **Тема 5.** Виды и типы издательской продукции. **Тема 6.** Логические основы редактирования текста. **Тема 7.** Редакторская правка текста. Виды правки. **Тема 8.** Работа над композицией текста. **Тема 9.** Виды текстов по способу изложения. **Тема 10.** Работа редактора над фактическим материалом. **Тема 11.** Выбор заголовка и роль заглавия в произведении. **Тема 12.** Работа над языком и стилем рукописи. **Тема 13.** Работа редактора над аппаратом издания).

Виды контроля по дисциплине: зачет (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (30 ч.), лабораторные (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (48 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (6 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (96 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВС.14 «Спецкурс 2 «Особенности формирования контента WEB-сайта»

Логико-структурный анализ дисциплины: Спецкурс 2 «Особенности формирования контента WEB-сайта» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Новые медиа и коммуникационные технологии», «Технические СМИ».

Цель: освоить будущим специалистам теоретические знания и сформировать у них практические навыки применения принципов построения WEB -сайтов и их эффективного использования, формирования контента WEB-сайта.

Задачи: дать студентам представление об основных принципах работы сети Интернет; познакомить со способами эффективного использования Интернета службами связей с общественностью; выработать у студентов представление о правилах, принципах и методах создания, поддержания и «раскрутки» веб-сайта; сформировать у студентов представление о различных сервисах Интернета (поисковые системы, электронная почта, системы мгновенного обмена сообщениями) и их эффективном использовании в данной практике. **Требования к уровню освоения содержания дисциплины.** В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы информационной культуры, принципы и структуру функционирования информационных технологий, особенности использования WEB-сайта в профессиональной сфере; технологии формирования информационного пространства в PR-кампаниях, принципы и методы использования программных средств цифровой обработки информации в профессиональной сфере.

Уметь: использовать компьютерную технику в решении конкретных практических задач, разрабатывать предложения по организации информационного пространства с использованием современных технологий.

Владеть: навыками работы использования интернет-технологий в профессиональной сфере; методами работы с WEB-контентом, навыками использования программного обеспечения в процессе подготовки печатных и электронных изданий.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4), **профессиональных компетенций** (ПК-2, ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Основы создания веб-сайта. Контент сайта. Основы проектирования WEB-страниц. добавление к WEB-страницам сложных атрибутов форматирования Технологии сбора информации.

Виды контроля по дисциплине: зачет (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2,5 зачетных единиц, 90 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (78 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВС.14 «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Введение в специальность», «Психология массовых коммуникаций», «Русский язык и культура речи».

Цель: обеспечить получение студентами знаний о современной консультационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, сформировать у них соответствующие компетенции.

Задачи: – изучение эволюции взглядов на консультирование; – определение общих принципов консалтинга в области PR, месте PR-консалтинга в сфере социальной и политической коммуникации; роли политического консалтинга в системе консультационных услуг; – освоение системы знаний по созданию имиджа публичного политика, политической структуры; – получение знаний о теориях политического поведения, используемых в практике политического PR; – обучение студентов планированию и проведению избирательных кампаний; – овладение приемами и методами убеждающего психологического воздействия на людей в процессе политического общения.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: эволюцию представлений о консультационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; содержание консультационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; базовые теории и основные понятия, обеспечивающие понимание процессов, связанных с работой консультанта; процесс консультирования: диагноз, модели, методы, средства;

Уметь: грамотно оценивать эффективность политических кампаний; готовить договор (контракт) на оказание консультационных услуг; выступать в качестве политического консультанта;

Владеть: умениями анализировать отечественные и зарубежные теоретические источники, раскрывающие опыт консалтинга в США, странах Западной Европы и России; методикой создания и поддержания имиджа политического лидера, партии и других политических структур; навыками участия в реальной консультативной деятельности, организации кампаний в области политического PR, в том числе избирательных; навыками поддержания политических связей и отношений с консалтинговыми агентствами и службами, работающими в политической сфере.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-6), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4) **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Программа курса состоит из 7 тем и не предусматривает написание курсовой работы. В лекциях раскрываются основные темы изучаемого курса, которые входят в рабочую программу: эволюция взглядов на консалтинг; содержание консультационной деятельности; консультирование в массовой межкультурной коммуникации; процесс консультирования: диагноз, модели, методы, средства; содержание и специфика политического консалтинга; услуги профессиональных консультантов в сфере рекламы и общественных связей; профессиональная компетентность консультанта; принципы выстраивания отношений между консультантом и клиентом. На практических занятиях подробно изучается программный материал в плоскости отработки практических умений и навыков и усвоения следующих тем: подготовка рекомендаций по совершенствованию деятельности организаций, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью; работа с клиентами; составление и реализация контрактов; этические требования к работе консультантов.

Виды контроля по дисциплине: зачет (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2,5 зачетных единиц, 90 часов. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (18 ч.), лабораторные (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (8 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (78 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ПБ.ВС.15 «Спецкурс 3 «Межкультурные коммуникации в глобальном мире»

Логико-структурный анализ дисциплины: Спецкурс 3 «Межкультурные коммуникации в глобальном мире» является вариативной частью

профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Культурология», «Теория массовых коммуникаций», «Этика рекламы и связей с общественностью».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Связи с общественностью в международных коммуникациях».

Цель: формирование у студентов основ межкультурной компетентности. Целостного представления об основных проблемах, видах и формах межкультурной коммуникации и воспитание осознания родной культуры и других культур.

Задачи: сформировать определенный уровень компетентности в вопросах понятийно-категориального аппарата, истории научного осмысления вопроса, дать представление об основных этапах развития межкультурных коммуникаций и факторов, оказывавших на них влияние в различные исторические периоды; ознакомить студентов с основными проблемами межкультурных взаимодействий в современных условиях глобализации и определить перспективы их дальнейшего развития.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: закономерности построения и особенности межкультурной коммуникации; основные понятия и принципы межкультурной коммуникации; психологические, социокультурные и исторические аспекты межкультурной коммуникации; значение и роль стереотипов и культурных норм в межкультурной коммуникации; основные теории межкультурной коммуникации.

Уметь: применять в профессиональной деятельности знания в области межкультурной коммуникации; анализировать процессы и тенденции современной социокультурной среды; ориентироваться в теориях и подходах межкультурной коммуникации.

Владеть: навыками теоретического анализа основных проблем межкультурной коммуникации; навыками преодоления проблем в процессе межкультурной коммуникации; навыками обеспечения эффективной межкультурной коммуникации.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2), **профессиональных компетенций** (ПК-2, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины: Межкультурные коммуникации в системе наук. Теория межкультурной коммуникации. Культура: функции, основные характеристики и элементы. Сущность и формы межкультурной коммуникации. Виды коммуникации. Социально-психологические основы межкультурной коммуникации. Межкультурные взаимодействия в сфере СМИ.

Виды контроля по дисциплине: зачет (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (10 ч.), лабораторные (20 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.). На

заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (62 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы

ПБ.ВС.15 «Спецкурс 3 «Техника речи»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Техника речи» является дисциплиной вариативной части профессиональных дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Цели и задачи дисциплины:

Цель: формирование знаний о компонентах техники речи, знакомство студентов с особенностями и назначением речи журналиста, определение индивидуальных особенностей речи студентов, совершенствование компонентов техники речи (дыхания, дикции, темпа речи, громкости, интонации).

Задачи: научить студентов владеть голосом, интонацией, дикцией; адекватно реализовывать свои коммуникативные намерения; освоить современные основы орфоэпии и акцентологии.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать языковую норму, ее роль в становлении и функционировании литературного языка; строение артикуляционного аппарата; речевое взаимодействие; основные единицы речевого общения; устную и письменную разновидности русского языка; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка;

уметь ориентироваться в различных речевых ситуациях; учитывать кто, кому, что, с какой целью, где, когда говорит (пишет); адекватно реализовывать свои коммуникативные намерения; определять индивидуальные особенности речи; диагностировать фонационное дыхание;

владеть навыками владения голосом, интонацией, дикцией, навыками развития рационального речевого дыхания и совершенствования свободного

владения голосом, совершенствования дикции, выразительного чтения, теоретическими основами современной орфоэпии и акцентологии.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2), **профессиональных компетенций** (ПК-2, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Основы техники речи. Подготовительные упражнения.
2. Совершенствование навыков правильного дыхания.
3. Виды релаксаций, аутогенная тренировка.
4. Постановка и совершенствование голоса.
5. Артикуляционная гимнастика. Дикция. Орфоэпия.
6. Работа над текстом. Логический анализ текста. Выразительное чтение.

Виды контроля по дисциплине: зачет (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (10 ч.), лабораторные (20 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (62 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.ВС.16 «Спецкурс 4 «Особенности обеспечения связей с общественностью образовательных учреждений»

Логико-структурный анализ дисциплины: Спецкурс 4 «Особенности обеспечения связей с общественностью образовательных учреждений» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Введение в специальность» «Теория коммуникаций», «Журналистский практикум».

Цель: ознакомление с эффективными идеями и различными технологиями в области развития общественных связей, способами поддержки управления образовательного учреждения, реализации отдельных PR-проектов и широкомасштабных программ.

Задачи: дать знания о концепциях организации общественных связей в образовательных учреждениях за рубежом и в России, уяснить специфику российской ситуации; дать возможность студентам освоить некоторые методы и технологии связей с общественностью образовательного учреждения.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: знать теорию PR-деятельности в образовательных учреждениях и уметь применять ее в своей практической деятельности.

Уметь: планировать и разрабатывать стратегии PR- кампаний образовательных учреждений.

Владеть: обладать навыками организации и проведения специальных мероприятий.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-3), **общепрофессиональных** (ОПК-3, ОПК-4), **профессиональных компетенций** (ПК-2, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Цели и составные элементы PR-деятельности. Связи с общественностью как управленческая деятельность. Взаимоотношения со средствами массовой коммуникации (Media Relations). Повышение эффективности PR-деятельности в образовании. Управление взаимодействиями в сфере образования. Управление командой, личная эффективность.

Виды контроля по дисциплине: зачет (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа. На очной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные

(10 ч.), лабораторные (20 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.). На заочной форме обучения учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч.), лабораторные (6 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (62 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
ПБ.ВС.16 Спецкурс 4 «Социальные сети в рекламе и связях с
общественностью»

Логико-структурный анализ дисциплины: Спецкурс 5 «Социальные сети в рекламе и связях с общественностью» является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Журналистский практикум (Интернет-СМИ)», «Копирайтинг», «Теория и практика рекламы (Реклама в Интернет)», «Маркетинг».

Цель: ознакомление студентов с принципами интернет-маркетинга, с инструментами PR, которые используются при продвижении организации или товара в социальных сетях; подготовка бакалавра к решению типовых задач производственно-технологической, организационно-управленческой, проектной деятельности в социальных медиа.

Задачи: овладение основами профессиональной интернет-коммуникации; овладение теорией интернет-маркетинга; выработка представления об основных методах интернет-маркетинга; развитие у студентов навыков мониторинга социальных сетей на упоминания организации или продукта; помощь в формировании самостоятельного мышления студентов при выборе методов продвижения организации или товара в Интернете; формирование обоснования решений перед руководством путем презентации и составления отчетов по результатам мониторинга социальных сетей.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: значение информации в развитии современного информационного общества; имеет представление об основных требованиях информационной безопасности; называть основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации;

Уметь: распознавать опасности и угрозы, возникающие в информационном процессе; разработать основные требования к защите информации; применять компьютер как средство обработки и управления информацией; уметь создавать и модифицировать информацию в глобальных компьютерных сетях;

Владеть: навыками распознавания и предотвращения опасности и угроз, возникающих в глобальных компьютерных сетях; Владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации в компьютерной сети; навыком работы с информацией в глобальной компьютерной сети.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных* (ОК-4), *общепрофессиональных* (ОПК-3, ОПК-4), *профессиональных компетенций* (ПК-6, ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание дисциплины: Основы интернет- маркетинга. Исследование общественного мнения в социальных сетях. Оптимизация в поисковых системах. Вирусный маркетинг. Партнерские программы. Веб-кольца. Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории. Оценка эффективности PR в социальных сетях.

Виды контроля по дисциплине: зачет (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2,5 зачетных единиц, 90 часов. На очной форме учебным планом предусмотрены лекционные (20 ч), практические (20 ч) занятия и самостоятельная работа студента (50 ч). На заочной форме учебным планом предусмотрены лекционные (4 ч), практические (6 ч) занятия и самостоятельная работа студента (62 ч).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы дисциплины** **ВД.1 «Прикладная физическая культура»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Прикладная физическая культура» является внекредитной дисциплиной подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на всех факультетах ДонНУ кафедрой физического воспитания и спорта.

Для изучения учебной дисциплины «Прикладная физическая культура» необходим базовый уровень знаний, умений и навыков, полученный в процессе предшествующего среднего (полного) общего образования, а также использование знаний, умений и компетенций, сформированных при освоении дисциплины «Культура здоровья».

Знания, умения и навыки, формируемые учебной дисциплиной «Прикладная физическая культура», необходимы при изучении дисциплины «Безопасность жизнедеятельности».

Целью освоения дисциплины является формирование физической культуры студента, как системного и интегративного качества личности, как условия и предпосылки эффективной учебно-профессиональной деятельности, как обобщённого показателя профессиональной культуры будущего специалиста.

Задачи дисциплины

Основной задачей формирования физической культуры студенческой молодёжи, имеющих различный уровень здоровья, является освоение поколением будущих молодых специалистов основных ценностей физической культуры, обеспечивающее повышение уровня личностного здоровья, эффективное самосовершенствование и самовоспитание, достижение высокой умственной и физической работоспособности в процессе учёбы и будущей профессиональной деятельности.

В связи с этим, дисциплина «Прикладная физическая культура» в ДонНУ предусматривает решение следующих общих задач:

включение студентов в реальную физкультурно-спортивную практику по освоению ценностей физической культуры, её активного творческого использования во всестороннем развитии личности;

содействие разностороннему развитию организма, сохранению и укреплению здоровья студентов, повышению ими уровня общей физической подготовленности, развитию профессионально важных физических качеств и психомоторных способностей будущих специалистов;

овладение системно упорядоченным комплексом знаний, охватывающих философскую, социальную, естественнонаучную и психолого-педагогическую тематику, тесно связанную с теоретическими, методическими, моторными и организационными основами физической культуры;

формирование потребности студентов в физическом самосовершенствовании и поддержания уровня здоровья через сознательное использование всех организационно-методических форм занятий физкультурно-оздоровительной деятельностью;

формирование навыка самостоятельной организации досуга с использованием средств физической культуры, спорта и оздоровительных технологий;

овладение основами семейного физического воспитания, бытовой физической культурой, принципами здорового образа жизни;

улучшение качества здоровья студенческой молодежи имеющих нарушения в состоянии здоровья посредством оптимального двигательного режима.

Наряду с решением основных общих задач физического воспитания студентов ДонНУ, для студентов специального медицинского отделения и групп ЛФК реализуются более узкие задачи, направленные на:

2.5. ликвидацию остаточных явлений после перенесенных заболеваний, развитие компенсаторных функций, устранение функциональных отклонений

3. недостатков физического развития, индивидуального подхода при выборе средств физического воспитания и дозировании нагрузок;

3.1. овладение комплексом знаний о современных оздоровительных системах физического воспитания (аэробика, ритмика, атлетическая гимнастика и др.), их положительном влиянии на физическое состояние человека, его творческое долголетие;

3.2. укрепление здоровья, повышение функциональных и адаптивных возможностей основных жизненно важных систем организма, обеспечение оптимального уровня работоспособности и физической подготовленности студентов;

3.3. обучение рациональному дыханию, ознакомление с различными дыхательными методиками (методики дыхания по Стрельниковой, Бутейко, Цигун и др.);

3.4. обогащение двигательного опыта общеприкладными физическими упражнениями, ориентированными на подготовку к предстоящей жизнедеятельности;

3.5. закрепление и совершенствование навыков технических и командно-тактических действий в базовых видах спорта (аэробика, лёгкая атлетика, спортивные игры);

3.6. профилактика травматизма во время занятий по физическому воспитанию;

3.7. воспитание бережного отношения к собственному здоровью, культуры общения и взаимодействия в коллективных формах занятий физическими упражнениями;

3.8. развитие и закрепление компетентности в физкультурно-оздоровительной деятельности.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины «Прикладная физическая культура». В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать/понимать

- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек;
- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
- правила и способы планирования систем индивидуальных занятий физическими упражнениями различной целевой направленности;

уметь

2. выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры, композиции ритмической и аэробной гимнастики, комплексы упражнений атлетической гимнастики;

3. преодолевать искусственные и естественные препятствия с использованием разнообразных способов передвижения;

4. выполнять приёмы защиты и самообороны, страховки и самостраховки; осуществлять творческое сотрудничество в коллективных формах занятий физической культурой;

использовать приобретённые знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:

5. повышения работоспособности, сохранения и укрепления здоровья;

подготовки к профессиональной деятельности и службе в Вооружённых Силах;

1) организации и проведения индивидуального, коллективного и семейного отдыха, участия в массовых спортивных соревнованиях;

2) активной творческой деятельности, выбора и формирования здорового образа жизни.

Дисциплина нацелена на формирование

- *общекультурных компетенций* (ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8),
- *общепрофессиональных компетенций* (ОПК-6)
- *профессиональных компетенций* (ПК-3, ПК-7).

Содержание дисциплины:

Учебные занятия по дисциплине «Прикладная физическая культура» проводятся со студентами основной и специальной медицинских групп и групп ЛФК.

Дисциплина состоит из 14 модулей и следующих тем: кроссовая подготовка, лёгкая атлетика, спортивные игры (футбол, волейбол, баскетбол), гимнастика (аэробика, атлетическая гимнастика), ОФП.

Занятия со студентами, отнесёнными к специальной медицинской группе,

проводятся в отдельных группах и имеют коррегирующую и оздоровительно-профилактическую направленность. Учебный материал подбирается с учётом состояния здоровья студентов, уровня функциональной и физической подготовленности, характера и выраженности структурных и функциональных нарушений в организме, вызванных временными или постоянными патологическими факторами. Перевод студентов в специальную группу по медицинскому заключению может осуществляться в любое время учебного года.

Профессионально-прикладная подготовка включена в практические занятия по всем спортивным специализациям и видам двигательной деятельности.

Виды контроля по дисциплине:

Оценочные средства контроля успеваемости включают в себя тесты и задания. Основу системы текущего, рубежного контроля и промежуточной аттестации студентов по дисциплине составляет балльно-рейтинговая система оценки.

Баллы промежуточной аттестации студентов складывается из суммы баллов текущего и рубежного контроля.

В связи с особенностью преподавания дисциплины, важностью и необходимостью регулярности и систематичности занятий, в показатель текущего контроля введена количественная оценка посещаемости занятий.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в процессе реализации модуля и включает, помимо посещаемости, оценку активности студентов на практических занятиях и положительную динамику показателей их физической и технической подготовленности.

Рубежный контроль успеваемости предусматривает выполнение не более 3 обязательных тестов, оценивающих уровень физической подготовленности.

При подсчете баллов промежуточной аттестации предусмотрено начисление бонусных баллов за активность, проявленную студентом в физкультурно-оздоровительной, спортивной, учебно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 328 часов.

Учебным планом очной формы обучения предусмотрены практические занятия (328 ч). Форма контроля - зачет (2,4,6,7 семестры).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

ВД.2 «Физическая культура»

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Физическая культура» является составляющей частью подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на всех факультетах ДонНУ кафедрой физического воспитания и спорта.

Для изучения учебной дисциплины «Прикладная физическая культура» необходим базовый уровень знаний, умений и навыков, полученный в процессе предшествующего среднего (полного) общего образования, а также использование знаний, умений и компетенций, сформированных при освоении дисциплины «Культура здоровья».

Знания, умения и навыки, формируемые учебной дисциплиной «Прикладная физическая культура», необходимы при изучении дисциплины «Безопасность жизнедеятельности».

Целью освоения дисциплины является формирование физической культуры студента, как системного и интегративного качества личности, как условия и предпосылки эффективной учебно-профессиональной деятельности, как обобщённого показателя профессиональной культуры будущего специалиста.

Задачи дисциплины

Основной задачей формирования физической культуры студенческой молодёжи, имеющих различный уровень здоровья, является освоение поколением будущих молодых специалистов основных ценностей физической культуры, обеспечивающее повышение уровня личностного здоровья, эффективное самосовершенствование и самовоспитание, достижение высокой умственной и физической работоспособности в процессе учёбы и будущей профессиональной деятельности.

В связи с этим, дисциплина «Прикладная физическая культура» в ДонНУ предусматривает решение следующих общих задач:

включение студентов в реальную физкультурно-спортивную практику по освоению ценностей физической культуры, её активного творческого использования во всестороннем развитии личности;

содействие разностороннему развитию организма, сохранению и укреплению здоровья студентов, повышению ими уровня общей физической подготовленности, развитию профессионально важных физических качеств и психомоторных способностей будущих специалистов;

овладение системно упорядоченным комплексом знаний, охватывающих философскую, социальную, естественнонаучную и психолого-педагогическую тематику, тесно связанную с теоретическими, методическими, моторными и организационными основами физической культуры;

формирование потребности студентов в физическом самосовершенствовании и поддержания уровня здоровья через сознательное использование всех организационно-методических форм занятий физкультурно-оздоровительной деятельностью;

формирование навыка самостоятельной организации досуга с использованием средств физической культуры, спорта и оздоровительных технологий;

овладение основами семейного физического воспитания, бытовой физической культурой, принципами здорового образа жизни;

улучшение качества здоровья студенческой молодёжи имеющих нарушения в состоянии здоровья посредством оптимального двигательного режима.

Наряду с решением основных общих задач физического воспитания студентов ДонНУ, для студентов специального медицинского отделения и групп ЛФК реализуются более узкие задачи, направленные на:

4. ликвидацию остаточных явлений после перенесенных заболеваний, развитие компенсаторных функций, устранение функциональных отклонений и недостатков физического развития, индивидуального подхода при выборе средств физического воспитания и дозировании нагрузок;

4.1. овладение комплексом знаний о современных оздоровительных

системах физического воспитания (аэробика, ритмика, атлетическая гимнастика и др.), их положительном влиянии на физическое состояние человека, его творческое долголетие;

4.2. укрепление здоровья, повышение функциональных и адаптивных возможностей основных жизненно важных систем организма, обеспечение оптимального уровня работоспособности и физической подготовленности студентов;

4.3. обучение рациональному дыханию, ознакомление с различными дыхательными методиками (методики дыхания по Стрельниковой, Бутейко, Цигун и др.);

4.4. обогащение двигательного опыта общеприкладными физическими упражнениями, ориентированными на подготовку к предстоящей жизнедеятельности;

4.5. закрепление и совершенствование навыков технических и командно-тактических действий в базовых видах спорта (аэробика, лёгкая атлетика, спортивные игры);

4.6. профилактика травматизма во время занятий по физическому воспитанию;

4.7. воспитание бережного отношения к собственному здоровью, культуры общения и взаимодействия в коллективных формах занятий физическими упражнениями;

4.8. развитие и закрепление компетентности в физкультурно-оздоровительной деятельности.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины «Прикладная физическая культура». В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать/понимать

- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек;
- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
- правила и способы планирования систем индивидуальных занятий физическими упражнениями различной целевой направленности;

уметь

6. выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры, композиции ритмической и аэробной гимнастики, комплексы упражнений атлетической гимнастики;

7. преодолевать искусственные и естественные препятствия с использованием разнообразных способов передвижения;

8. выполнять приёмы защиты и самообороны, страховки и самостраховки; осуществлять творческое сотрудничество в коллективных формах занятий физической культурой;

использовать приобретённые знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:

9. повышения работоспособности, сохранения и укрепления здоровья; подготовки к профессиональной деятельности и службе в Вооружённых Силах;

3) организации и проведения индивидуального, коллективного и семейного отдыха, участия в массовых спортивных соревнованиях;

4) активной творческой деятельности, выбора и формирования здорового образа жизни.

Дисциплина нацелена на формирование

- *общекультурных компетенций* (ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8),

- *общепрофессиональных компетенций* (ОПК-6)

- *профессиональных компетенций* (ПК-3, ПК-7).

Содержание дисциплины:

Учебные занятия по дисциплине «Прикладная физическая культура» проводятся со студентами основной и специальной медицинских групп и групп ЛФК.

Дисциплина состоит из 14 модулей и следующих тем: кроссовая подготовка, лёгкая атлетика, спортивные игры (футбол, волейбол, баскетбол), гимнастика (аэробика, атлетическая гимнастика), ОФП.

Занятия со студентами, отнесёнными к специальной медицинской группе, проводятся в отдельных группах и имеют корригирующую и оздоровительно-профилактическую направленность. Учебный материал подбирается с учётом состояния здоровья студентов, уровня функциональной и физической подготовленности, характера и выраженности структурных и функциональных нарушений в организме, вызванных временными или постоянными патологическими факторами. Перевод студентов в специальную группу по медицинскому заключению может осуществляться в любое время учебного года.

Профессионально-прикладная подготовка включена в практические занятия по всем спортивным специализациям и видам двигательной деятельности.

Виды контроля по дисциплине:

Оценочные средства контроля успеваемости включают в себя тесты и задания. Основу системы текущего, рубежного контроля и промежуточной аттестации студентов по дисциплине составляет балльно-рейтинговая система оценки.

Баллы промежуточной аттестации студентов складывается из суммы баллов текущего и рубежного контроля.

В связи с особенностью преподавания дисциплины, важностью и необходимостью регулярности и систематичности занятий, в показатель текущего контроля введена количественная оценка посещаемости занятий.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в процессе реализации модуля и включает, помимо посещаемости, оценку активности студентов на практических занятиях и положительную динамику показателей их физической и технической подготовленности.

Рубежный контроль успеваемости предусматривает выполнение не более 3 обязательных тестов, оценивающих уровень физической подготовленности.

При подсчете баллов промежуточной аттестации предусмотрено начисление бонусных баллов за активность, проявленную студентом в физкультурно-оздоровительной, спортивной, учебно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Учебным планом очной формы обучения предусмотрены лекционные занятия (36 ч), самостоятельная работа студента – 36 ч.; форма контроля – зачет.

Учебным планом очной формы обучения предусмотрены лекционные занятия (8 ч), самостоятельная работа студента – 8 ч.; форма контроля – зачет.

4.3. Аннотации программ учебных и производственных практик

В соответствии с ГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» учебная и производственная практики являются обязательными и представляют собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

При реализации данной ОП предусматриваются следующие виды практик:

- учебная;
- производственная;
- производственная (преддипломная), научно-исследовательская работа.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной (ознакомительной) практики

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Учебная (ознакомительная) практика» является базовой частью практического блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Организация работы отдела связей с общественностью», «Психология массовых коммуникаций», «Теория общественного мнения».

Цель: закрепление и углубление теоретических знаний в области управления коммуникациями и установление их связи с практикой; преобразование приобретенных теоретических знаний в систему профессиональных умений; знакомство с основами о будущей профессиональной деятельности и работой отдела по связям с общественностью.

Задачи:

познакомить с содержанием работы в агентствах по рекламе и связям с общественностью; выработать у студентов умение собирать, анализировать и систематизировать факты по связям с общественностью и рекламе.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате прохождения практики студент должен:

Знать: особенности профессиональной деятельности сотрудника отдела по связям с общественностью и рекламе; основные принципы, функций и приемов менеджмента; принципы построения организационных структур и распределения функций управления; принципы функционирования пресс-центров, пресс-служб, отделов печати, средств массовой информации (СМИ), отделов по связям с общественностью, центров общественных связей, отделов рекламы, коммуникационных агентств;

Уметь: осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью; под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях; создавать тексты и документы, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; устанавливать, поддерживать и развивать деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;

Владеть: основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации в области связей с общественностью и рекламе; знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; навыками литературного редактирования; технологиями установления, поддержания и развития межличностных и деловых отношений.

Дисциплина нацелена на формирование **общекультурных** (ОК-5, ОК-6, ОК-7), **общепрофессиональных** (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4), **профессиональных компетенций** (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание практики: Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Участие в работе отделов по связям с общественностью и рекламе, помощь в проведении опросов общественного мнения, распространении рекламных материалов. Сбор материалов для проведения ПР-мероприятий, рекламных акций, проводимых отделами по рекламе и связям с общественностью и помощь в их организации.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студента (108 ч).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы производственной практики (организация деятельности рекламных агентств и служб связей с общественностью)

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Производственная практика (организация деятельности рекламных агентств и служб связей с общественностью)» является базовой частью практического блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Организация работы отдела связей с общественностью», «Психология массовых коммуникаций», «Теория общественного мнения».

Цель: закрепление теоретических знаний о культуре мышления, восприятия информации и практическое знакомство с работой отделов рекламы и отделов по связям с общественностью, их возможностями, а также приобретение студентами начальных практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности; расширение, углубление и систематизация знаний в профессиональной области и формирование основных профессиональных умений и навыков.

Задачи: закрепление на практике знаний, умений и навыков, полученных в процессе теоретического обучения; развитие профессиональных навыков и навыков деловой коммуникации; готовность к кооперации с коллегами, работа в коллективе; способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций; способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных* (ОК-5, ОК-6, ОК-7), *общепрофессиональных* (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4), *профессиональных компетенций* (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание практики: Ознакомление с основными профессиональными функциями специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Получение знаний о работе пресс-центров, пресс-служб, отделов рекламы и связей с общественностью. Знакомство с содержанием работы предприятия прохождения практики. Участие в конкретных производственных процессах и исследованиях. Ознакомление с приемами, способами и методами сбора и обработки материала.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студента (108 ч).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы производственной (преддипломной) практики, научно-исследовательской работы

Логико-структурный анализ дисциплины: курс «Производственная (преддипломная) практика, научно-исследовательская работа» является базовой частью практического блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Теория журналистики», «Введение в специальность», «Основы научных исследований».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии связей с общественностью: в сфере государственного управления», «Медиаправо», «Технологии связей с общественностью в управлении кризисными коммуникациями», «Теория общественного мнения».

Цель: закрепление полученных в ходе обучения в вузе знаний для успешного написания выпускной квалификационной работы бакалавра по выбранной теме, для их применения в дальнейшей практической деятельности.

Задачи: приобретение навыков практической работы; формирование профессиональных компетенций в сфере исследовательской и аналитической деятельности; формирование профессиональных компетенций в сфере коммуникационной деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование *общекультурных* (ОК-5, ОК-6, ОК-7), *общепрофессиональных* (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5), *профессиональных компетенций* (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-7) выпускника.

Сроки и порядок организации прохождения практики

В первый день прибытия на практику руководителем организации (предприятия, учреждения, органа), либо иным лицом, уполномоченным в соответствии с нормативными документами организации исполнять данные обязанности (далее – уполномоченное лицо от организации), принимается решение о направлении студентов в конкретное подразделение и закреплении руководителей практики. Проводится обязательный инструктаж по технике безопасности с подписанием практикантом листа ознакомления.

Специалист, назначенный непосредственным руководителем практики:

- знакомит практикантов с законодательством Российской Федерации и законодательством данного субъекта Российской Федерации, а также внутриведомственными нормативными актами, касающихся деятельности, осуществляемой организацией, где проводится практика;

- привлекает практикантов, в зависимости от их подготовки, к выполнению отдельных поручений;

- изучает деловые и личные качества практикантов, выявляет их способности к самостоятельной практической деятельности по соответствующему профилю;

- осуществляет контроль над работой практикантов, подготовкой отчетов по практике, которые утверждает, а также составляет характеристику на каждого практиканта. Характеристика должна содержать сведения о выполнении практикантом программы практики, индивидуальных заданий, отношении к работе, умении на практике применять теоретические знания, склонности к определённому виду профессиональной деятельности. Подписывает и документально заверяет характеристику непосредственный руководитель практики.

Запрещается использовать студентов-практикантов на работе, не предусмотренной целевой программой практики и не имеющей отношения к специальности студентов.

Отчет по практике

Каждый студент составляет письменный отчет о практике. Отчет должен содержать данные о выполненной в период практики работе, выводы и предложения по улучшению организации ее проведения.

Отчет по практике рекомендуется выполнять по следующей структуре:

- титульный лист (Приложение А);
- задание на преддипломную практику (Приложение Б);
- содержание;
- введение;
- главы;
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения.

Введение включает в себя: название практики, место прохождения, задание на практику, поставленную цель и решаемые при этом задачи;

Главы составляют основное содержание отчета. Названия глав размещаются вверху страницы с указанием номера главы. Если в главе имеются параграфы, то их названия обозначаются выделенным шрифтом по ходу главы с отступлением от текста на один интервал без специального размещения их вверху страницы.

Заключение включает в себя основные положения, представленного на защиту отчета, сделанные выводы, выявленные проблемы и предложения по их решению.

В приложениях представляется практический материал: договоры, планы рекламных мероприятий, служебные и аналитические записки, отчеты, иные материалы.

К отчету прилагаются: дневник, заверенный руководителем учреждения; характеристика с подробным анализом работы студента в период практики (не обязательное требование); копии составленных студентом документов.

Отчет студента проверяется преподавателем - руководителем практики от университета.

Защита практики

По окончании практики студент сдает зачет с дифференцированной оценкой (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно) комиссии, назначенной заведующим кафедрой.

Состав комиссии по защите отчета, время и место ее работы устанавливаются распоряжением зав. кафедрой.

При оценке результатов прохождения практики также учитываются: характеристика о прохождении практики (при ее наличии), представленные студентом копии документов, оформление и содержание отчета.

Студенты, не выполнившие полностью программу практики, получившие отрицательный отзыв о работе, на зачете получают неудовлетворительную оценку. В этом случае студент должен быть направлен на повторное прохождение практики (в том числе, в ином месте) с последующим предоставлением ему возможности защиты практики при наличии допуска из деканата.

Виды контроля по дисциплине: зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц,

216 часов. Программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студента (216 ч).

5. Фактическое ресурсное обеспечение ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в ДонНУ

формируется в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ГОС ВПО по соответствующему направлению подготовки.

Ресурсное обеспечение ООП формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ГОС ВПО по данному направлению подготовки, с учетом рекомендаций ООП.

Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация образовательной программы бакалавриата обеспечена научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое (почетное) звание, в том числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной программе, составляет около 65%, ученую степень доктора наук (и/или профессора) имеют около 20% преподавателей.

Преподаватели профессионального цикла имеют базовое образование и (или) ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины. Не менее 60% преподавателей, обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу, имеют ученые степени. К образовательному процессу привлечено не менее 10% преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций.

Данная ОП обеспечивается научно-педагогическими кадрами кафедр журналистики, мировой и отечественной культуры, истории русской литературы и теории словесности, прикладной механики и компьютерных технологий и др.

Сведения о профессорско-преподавательском составе хранятся в ООП на кафедре.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Университет располагает материально-технической базой, отвечающей задачам профессиональной подготовки студентов, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом вуза и соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Учебно-лабораторная база кафедры журналистики включает в себя комплекс лекционных аудиторий (оборудованных видеопроекторами для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющих выход в сеть Интернет), помещений для проведения семинарских и практических занятий (оборудованных учебной мебелью), залов библиотек (имеющих рабочие места для студентов, оснащенных компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет), компьютерных классов.

При использовании электронных изданий каждый обучающийся во время самостоятельной подготовки обеспечивается рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Обеспеченность компьютерным временем с доступом в сеть Интернет составляет не менее 200 часов в год на одного студента.

Таблица № 3

№ п/п	Наименование вида образования, уровня образования, профессии, специальности, направления подготовки (для профессионального образования), подвида дополнительного образования	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта (с указанием номера помещения в соответствии с документами бюро технической инвентаризации)	Собственность или оперативное управление, хозяйственное ведение, аренда, субаренда, безвозмездное пользование	Документ-основание возникновения права (указываются реквизиты и сроки действия)
1	2	3	4	5	6
	Высшее профессиональное образование, бакалавриат, 42.03.02 «Журналистика»				
1.	Русский язык и культура речи	Учебная аудитория: - 1 ноутбук - 1 проектор	83001, г. Донецк, ул. Университетская, д. 24, ауд. 332 ауд., 58,3 м ²	Оперативное управление	Свидетельство о праве собственности на здание № 369/5 от

		<ul style="list-style-type: none"> - 1 колонки - 4 видеокамеры - 1 фотоаппарат - 2 диктофона - 1 операторский штатив - 2 микрофона 			11.09.2002 г
2.	Жанры рекламных и PR-текстов	Учебная аудитория: <ul style="list-style-type: none"> - 1 ноутбук - 1 проектор - 1 колонки. 	83001, г. Донецк, ул. Университетская, д. 24, ауд. 102 ауд., 66,5 м ²	Оперативное управление	Свидетельство о праве собственности на здание № 369/5 от 11.09.2002 г
3.	Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности	Учебная аудитория: <ul style="list-style-type: none"> - 1 ноутбук - 1 проектор - 1 колонки - 4 видеокамеры - 1 фотоаппарат - 2 диктофона - 1 операторский штатив - 2 микрофона 	83001, г. Донецк, ул. Университетская, д. 24, ауд. 332 ауд., 58,3 м ²	Оперативное управление	Свидетельство о праве собственности на здание № 369/5 от 11.09.2002 г
4.	<p>Технические средства массовой информации</p> <p>Новые медиа и коммуникационные технологии</p> <p>Основы компьютерной верстки и макетирования</p>	Компьютерный класс: <ul style="list-style-type: none"> - 10 компьютеров с выходом в сеть - 1 камкордер (видеокамера) в комплекте с дополнительным оборудованием - 3 цифровые видеокамеры - 1 цифровой зеркальный фотоаппарат - 1 штатив - 3 шнуровых микрофона - 1 портативный компьютер - 1 акустические колонки - 1 мультимедийный проектор - 1 проекционная доска - 1 телевизор 	83001, г. Донецк, ул. Щорса, д. 17, ауд. 111 ауд., 60 м ²	Оперативное управление	Свидетельство о праве собственности на здание № 369/8 от 11.09.2002 г.
5.	Теория и практика рекламы (Печатно полиграфическая реклама; Наружная реклама; Реклама в	Научно-исследовательский центр теоретической и компьютерной	83001, г. Донецк, ул. Университетская, д. 24, ауд. 227 ауд., 46,6 м ²	Оперативное управление	Свидетельство о праве собственности на здание № 369/5 от

	Интернет; Телевизионная и радиореклама; Некоммерческая реклама)	лингвистики: - 8 компьютеров с выходом в сеть - 8 наушников			11.09.2002 г
6.	Копирайтинг	Компьютерный класс: - 10 компьютеров с выходом в сеть.	83001, г. Донецк, ул. Университетская, д. 24, ауд. 452, 58,8 м ² .	Оперативное управление	Свидетельство о праве собственности на здание № 369/5 от 11.09.2002 г
	Креатив в рекламе и связях с общественностью (Проектирование рекламного продукта)				
	Журналистские жанры				
	Основы компьютерной графики в рекламной сфере				
	Особенности формирования контента WEB-сайта				
7.	Прикладная физическая культура	Спортивный зал № 1: игровой зал для игр с мячом 450,4 м ²	83001, г. Донецк, ул. Университетская, д. 24, учебный корпус № 1	Оперативное управление	Свидетельство о праве собственности на здание № 369/5 от 11.09.2002 г.
		Спортивный зал № 2: игровой зал для бадминтона и тенниса 450 м ²	83001, г. Донецк, пр. Театральный, д. 13, учебный корпус № 4	Оперативное управление	Свидетельство о праве собственности на здание № 369/6 от 11.09.2002 г.
		Спортивный зал № 3: зал борьбы 336 м ²	83001, г. Донецк, пр. Театральный, д. 13, учебный корпус № 4	Оперативное управление	Свидетельство о праве собственности на здание № 369/6 от 11.09.2002 г.
		Спортивный зал № 4: зал тяжелой атлетики – штанги, гири, тренажеры 108 м ²	83001, г. Донецк, ул. Р. Люксембург, д. 8	Оперативное управление	Свидетельство о праве собственности на здание № 369 от 11.09.2002 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ОП обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам основной образовательной программы. Библиотека является важным звеном важным информационным звеном в системе учебного процесса Университета.

Самостоятельная работа студентов обеспечена учебно-методическими ресурсами в полном объеме (список учебных, учебно-методических пособий для самостоятельной работы представлен в рабочих программах дисциплин). Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированной по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части общенаучного цикла - за последние пять лет), из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся.

Общий фонд библиотеки – 1 167 844 экземпляра, доля учебной литературы на русском языке – 60%, украинском языке – 39 %, среднее количество томов учебной литературы, приходящейся на одного студента дневного отделения – 69 экземпляров, средняя количество томов научной литературы на одного научно-педагогического работника – 1020 экземпляров.

Библиотечный фонд учебной литературы составляет 330 510 единиц, научной – 644 295, периодические издания – 211 702 единиц (1020 названий журналов, 875 годовых комплектов газет).

Фонд отдела центрального книгохранения насчитывает около 500 тыс. экземпляров литературы по всем отраслям знания, изданной до 1987 года включительно, в том числе литературу, изданную за рубежом на языке оригинала.

Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа, для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Библиотека имеет каталоги: алфавитный, систематический и электронный, которые расположены в Зале каталогов и электронной информации и в Отделе обработки литературы и организации каталогов. Общее количество записей в электронном каталоге составляет 311 815.

Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями осуществляется с соблюдением требований законодательства ДНР об интеллектуальной собственности и международных договоров ДНР в

области интеллектуальной собственности. Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

Таблица 4

Обеспечение образовательного процесса официальными, периодическими, справочно-библиографическими изданиями, научной литературой

№	Типы изданий	Количество наименований	Количество однотомных экземпляров, годовых и (или) многотомных комплектов
1	Научная литература	184084	644295
2	Научные периодические издания (по профилю (направленности) образовательных программ)	-	-
3	Социально-политические и научно-популярные периодические издания (журналы и газеты)	228	-
4	Справочные издания (энциклопедии, словари, справочники по профилю (направленности) образовательных программ)	-	-
4.1	Библиографические издания (текущие и ретроспективные отраслевые библиографические пособия (по профилю (направленности) образовательных программ)	2754	6015

Таблица 5

Обеспечение образовательного процесса электронно-библиотечной системой

№	Основные сведения об Электронно-библиотечной системе	Краткая характеристика
1	Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа, для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет.	Научная библиотека Донецкого национального университета: http://library.donnu.ru
С 2000 г. Научная библиотека ДонНУ принимает участие в проекте «ЭЛЕКТРОННАЯ ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ БИБЛИОТЕК» - EIFL Direct (Electronic Information For Libraries) и предоставляет читателям доступ к базам данных разных компаний:		

2	<p>Доступ рассчитан на неограниченное количество читателей из любой точки мира по сети «Интернет».</p> <p><u>Условия доступа:</u> Пользование ресурсами ЭБС предоставляется всем читателям библиотеки университета посредством парольного доступа.</p>	<p>Электронной библиотечной система: BOOK.ru</p> <p>BOOK.ru - лицензионная библиотека, которая содержит более 6000 наименований учебных и научных изданий от преподавателей ведущих вузов России.</p>
3	<p><u>Условия доступа:</u> Терминальный доступ - это рабочее место (компьютер), которое даёт возможность массового пользования ЭБС "КнигаФонд". Т.к. количество пользователей не ограничено, сервисы «цитирование», «конспектирование», «книжная полка» недоступны, только вывод текста на экран. Терминалы для доступа к ЭБС "КнигаФонд" организованы во всех читальных залах библиотеки.</p>	<p>Основной фонд ЭБС "КнигаФонд"</p> <p>Коллекция из 153 236 изданий. В собрании «КнигаФонда» десятки тысяч актуальных электронных учебников, учебных пособий, научных публикаций в журналах ВАК, учебно-методических материалов. Тысячи книг в бесплатном доступе. Классическая художественная литература, а также букинистические издания по истории, религии, культуре и искусству бесплатно доступны всем пользователям.</p>
4	<p>Пользование изданиями ресурса происходит посредством постраничного просмотра в режиме онлайн. Каждое издание в ЭБС полностью соответствует существующим требованиям к библиографическому оформлению, а именно: имеет библиографическое описание, обложку, аннотацию.</p> <p><u>Условия доступа:</u> Пользование ресурсами ЭБС предоставляется всем читателям библиотеки университета посредством парольного доступа.</p>	<p>http://kuperbook.biblioclub.ru</p> <p>Электронная библиотечная система содержит учебные издания по основным дисциплинам, изучаемым в высших учебных заведениях, и полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов третьего поколения (ФГОС ВПО) к библиотекам по части формирования фондов основной и дополнительной литературы. На сайте также доступен поиск учебников по классификаторам УГС (Укрупненные группы специальностей)</p>
5	<p>Бесплатные коллекции ЭБС Издательства «ЛАНЬ» - это классические труды по истории, философии, социологии, литературоведению, экономике, праву, психологии, педагогике и другим наукам. А также художественная, в том числе зарубежная литература на языке оригинала.</p> <p><u>Условия доступа:</u> Для работы с ЭБС Вам необходимо зайти на сайт с любого компьютера университета, подключенного к сети, в пределах домена donnu.ru. При условии регистрации в БД и оформления Личного кабинета, пользоваться изданиями ЭБС можно и с домашнего компьютера.</p>	<p>Электронно-библиотечную систему Издательства «ЛАНЬ» (С-Петербург). www.e.lanbook.com</p> <p>Электронно-библиотечная система (ЭБС) представляет собой платформу, на которой размещены коллекции книг ведущих издательств учебной литературы, сгруппированные по основным областям знаний. Стратегией развития ресурса является обеспечение вузов доступом к научной и учебной литературе по максимальному количеству профильных направлений. На данный момент в системе размещено более 40 000 книг, из которых около 30 000 составляют бесплатные коллекции. Бесплатный доступ открыт и к периодическим изданиям, количество которых, равно как и количество книжных изданий,</p>

		постоянно увеличивается.
--	--	--------------------------

6. Характеристики среды университета, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников

Социокультурная среда Донецкого национального университета опирается на определенный набор норм и ценностей, которые преломляются во всех ее элементах: в учебных планах, программах, учебниках, в деятельности преподавателей и работников университета.

В Законе ДНР «Об образовании» поставлена задача воспитания нового поколения специалистов, которая вытекает из потребностей настоящего и будущего развития ДНР.

Воспитательный процесс в ДонНУ является органической частью системы профессиональной подготовки и направлен на достижение ее целей – формирование современного специалиста высокой квалификации, который владеет надлежащим уровнем профессиональной и общекультурной компетентности, комплексом профессионально значимых качеств личности, твердой идеологически-ориентированной гражданской позицией и системой социальных, культурных и профессиональных ценностей. Поэтому система воспитательной и социальной работы в университете направлена на формирование у студентов патриотической зрелости, индивидуальной и коллективной ответственности, гуманистического мировоззрения.

Опираясь на фундаментальные ценности, вузовский коллектив формирует воспитательную среду и становится для будущих специалистов культурным, учебным, научным, профессиональным, молодежным центром.

Реалии сегодняшнего дня выдвигают на передний план актуальные вопросы патриотического воспитания подрастающего поколения, обусловленные потребностями становления молодого государства. С целью формирования и развития у студентов патриотического самосознания, безграничной любви к Родине, чувства гордости за героическую историю нашего народа, стремления добросовестно выполнять гражданский долг планируются и проводятся мероприятия по патриотическому воспитанию. Среди них: акция «Георгиевская ленточка»; торжественный митинг и возложение цветов к стеле погибшим в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг.; праздничный концерт ко Дню Победы; показ на телеэкранах, размещенных в корпусах университета, видео о войне, о героях войны и городах-героях; выставка фронтовых фотографий «Мы памяти этой навеки верны»; лекции, на которых проводятся параллели с событиями настоящего времени и др.

С целью формирования у молодежи высокого гражданского сознания, активной жизненной позиции студенты активно привлекаются к участию в следующих общегородских мероприятиях: Парад Памяти 9 мая; День ДНР 11 мая; День мира; День флага ДНР и других.

Формирование современного научного мировоззрения и воспитание интереса к будущей профессии реализовались через проведение деловых, ролевых, интеллектуальных игр, дискуссионных площадок, открытых трибун, конкурсов, тренингов, олимпиад, презентаций, круглых столов и конференций на факультетах и кафедрах. В рамках изучаемых дисциплин

проводятся тематические вечера, конкурсы, просмотры и обсуждение соответствующих фильмов, встречи с учеными, практиками, мастер-классы и прочее.

Духовно-нравственное воспитание и формирование культуры студентов прививается через такие мероприятия, как: акция «Добро-людям!»; конкурс стихотворений ко «Дню матери» (29 ноября); разработан, утвержден и реализован план внутриуниверситетских мероприятий в рамках общегородской акции «Растим патриотов»; лекции со студентами-первокурсниками всех факультетов об истории родного края, города; сформированы и успешно работают волонтерские отряды.

Для реализации задач обеспечения современного разностороннего развития молодежи, выявления творческого потенциала личности, формирования умений и навыков ее самореализации и воспитания социально-активного гражданина ДНР в университете проводятся развлекательные, информационные, организационно-правовые мероприятия, такие как: Гусарский бал, конкурс творческих работ «ДонНУ, который я люблю»; конкурс на лучшую творческую работу среди вузов ДНР на тему «Новороссия. Юзовка. Будущее начинается в прошлом»; Дебют первокурсника; систематические встречи студентов с деятелями культуры и искусства, писателями Донбасса и России, ведущими журналистами Донбасса и России, премия «За дело», тематические концерты и конкурсы талантов на факультетах, вечера поэзии и авторской музыки, игра-забава «Крокодил», КВН и др.

С целью формирования здорового образа жизни, становления личностных качеств, которые обеспечат психическую устойчивость в нестабильном обществе и стремление к жизненному успеху, повышения моральной и физической работоспособности будущих активных граждан молодой Республики для студентов проводятся: спартакиады и спортивные соревнования, тематические квесты «Мы за здоровый образ жизни», «Сигарету – на конфету», «Квест первокурсника», День здоровья, эстафеты и состязания.

Все направления качественной организации воспитательной работы в Донецком национальном университете строятся на основе теоретических, методологических и методических положений, заложенных в Концепции воспитательной работы в ДонНУ, разработанной в 2015 г.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В соответствии с ГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

Университет обеспечивает гарантию качества подготовки выпускников, в том числе путем:

- разработки стратегии по обеспечении качества подготовки выпускников с привлечением представителей работодателей;
- мониторинга, периодического рецензирования образовательных программ;
- разработки объективных процедур оценки знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;
- обеспечения компетентности преподавательского состава;
- регулярного проведения самообследования по согласованным критериям оценки деятельности и сопоставления с другими образовательными учреждениями с привлечением представителей работодателей;
- информирования общественности о результатах деятельности, планах, инновациях.

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Основными видами контроля уровня учебных достижений студентов (знаний, умений, компетенций) направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в рамках индивидуальной балльно-рейтинговой системы по дисциплине или практике (учебной, производственной) в течение семестра являются:

- текущий контроль;
- промежуточный контроль по дисциплине – во время сессии.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний, формирования умений и навыков их применения, развития личностных качеств студента за фиксируемый период времени.

Формами текущего контроля могут быть:

- устный опрос;
- письменный опрос;
- тестирование (письменное или компьютерное);
- контрольные работы;
- проверка выполнения индивидуальных домашних заданий, рефератов и эссе;

- проверка выполнения разделов курсового проекта (работы), отчета по научно-исследовательской работе студента (НИРС);

- проверка выполнения заданий по практике;
- дискуссии, тренинги, круглые столы;
- различные виды коллоквиумов (устный, письменный, комбинированный, экспресс и др.);
- собеседование;
- контроль выполнения и проверка отчетности по практическим и лабораторным работам;
- работы с электронными учебными пособиями.

Текущий контроль проводится в период аудиторной и самостоятельной работы студента в установленные сроки по расписанию.

Промежуточный контроль по дисциплине (сессия) – это форма контроля, проводимая по завершению изучения дисциплины в семестре. Время проведения и продолжительность промежуточного контроля по дисциплинам семестра устанавливается графиком учебного процесса университета.

В промежуточную аттестацию по дисциплине могут включаться следующие формы контроля:

- экзамен (в т.ч. письменный);
- зачет;
- собеседование с письменной фиксацией ответов студентов.

Формы всех видов контроля, промежуточной аттестации и фонды оценочных средств разрабатываются каждой кафедрой исходя из специфики дисциплины, оформляются в виде приложений к рабочей программе учебной дисциплины и утверждаются в установленном порядке (заведующим кафедрой, проректором по учебной работе).

Студенты при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 10 экзаменов и 12 зачетов. Студенты, обучающиеся в сокращенные сроки, по ускоренным образовательным программам и в форме экстерната, при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 20 экзаменов.

В соответствии с требованиями ГОС ВПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям данной ООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» созданы и утверждены следующие фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:

1) Контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, зачетов и экзаменов.

2) Тестовые задания.

3) Примерная тематика курсовых работ, рефератов по дисциплинам учебного плана (представлена в рабочих программах дисциплин учебного плана).

4) Контрольные тесты по дисциплинам учебного плана.

5) Иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине или практике, входящий в состав соответствующей рабочей программы дисциплины или программы практики, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций. Для каждого результата обучения по дисциплине или практике определены показатели и критерии оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников ОП бакалавриата

Итоговая государственная аттестация является наиболее действенным инструментом контроля качества подготовки выпускников университета. Она направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников по ООП конкретного направления подготовки требованиям ГОС.

По образовательной программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» государственная итоговая аттестация включает государственный экзамен по теории, истории и практике рекламы и связей с общественностью и защиту выпускной квалификационной работы.

Государственная итоговая аттестация является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Фонд оценочных средств государственной итоговой аттестации включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

Программа государственной итоговой аттестации хранится на выпускающей кафедре.

Конкретные требования к содержанию, структуре, формам представления и объемам выпускных квалификационных работ установлены методическими указаниями, разработанными выпускающей кафедрой с учетом требований ГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Выпускная квалификационная работа является самостоятельной работой бакалавров. Она выполняется на основе знаний, полученных по ряду дисциплин профиля. Она имеет комплексный характер, содержит элементы исследования и предполагает выявить способность студента к:

- систематизации, закреплению и расширению теоретических знаний и практических навыков по выбранной образовательной программе;
- применению полученных знаний при решении конкретных теоретических и практических задач;
- развитию навыков ведения самостоятельной работы;
- применению методик исследования и экспериментирования;
- умению делать обобщения, выводы, разрабатывать практические рекомендации в исследуемой области.

Примерные темы выпускных квалификационных работ разрабатываются выпускающей кафедрой, ежегодно обновляются и утверждаются заведующим кафедрой.

Приказом по университету за каждым студентом закрепляется выбранная им тема ВКР и назначается руководитель.

Требования к содержанию, объему, структуре выпускной квалификационной работы приводятся в методических указаниях по ее написанию.

Успешная защита работы, подтверждающая профессиональные признаки будущего специалиста, его умение отстаивать научно-обоснованные и практически применимые разработки, является основанием для присвоения студенту степени бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся

В данном разделе образовательной программы представлены материалы, не нашедшие отражения в предыдущих разделах ОП, такие как: система оценки качества образования ДонНУ, положение о балльно-рейтинговой системе оценки учебных достижений студентов ДонНУ, а также соглашения о порядке реализации сотрудничества с другими организациями.

8.1. Система оценки качества образования ДонНУ

Разработанная в университете система обеспечения качества подготовки специалистов охватывает все стороны жизни вуза - начиная с довузовской подготовки и формирования контингента абитуриентов и заканчивая трудоустройством специалистов и всеми формами послевузовского образования. Она базируется на программе развития образовательной деятельности университета и включает:

- организацию приема в университет;
- подготовку методического, информационного и технического обеспечения учебного процесса;
- организацию учебного процесса;
- совершенствование структуры, содержания и технологии реализации основных и дополнительных образовательных программ, ориентированных на удовлетворение потребностей личности и общества;
- широкое применение современных инновационных технологий обучения;
- контроль знаний и проведение итоговой аттестации выпускников;
- трудоустройство выпускников;
- прохождение практики и стажировку молодых специалистов на предприятиях;
- послевузовское образование, повышение квалификации и переподготовку кадров.

Качество подготовки бакалавров в вузе определяется качеством составляющих самой образовательной системы, в частности, качеством образовательных процессов и эффективностью управления.

Контроль качества обучения начинается с качественного отбора абитуриентов приемной комиссией вуза. Проведение набора среди наиболее подготовленных абитуриентов является одним из основных критериев, определяющих перспективу качества выпускника.

Система контроля качества при непосредственной подготовке бакалавра осуществляется в форме текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации.

Система текущего семестрового контроля знаний студентов по изучаемым дисциплинам включает в себя проведение тестирования и контрольных работ.

Итоговые семестровые зачеты и экзамены определяют степень усвоения студентами изучаемого программного материала по дисциплинам учебного плана.

Одним из важных показателей качества подготовки бакалавров являются результаты контроля «остаточных знаний студентов». В рамках самообследования университетом проводятся контрольные тестирования знаний студентов по основным дисциплинам из всех блоков учебного плана. Полученные результаты иллюстрируют достаточно высокий уровень усвоения студентами материалов образовательной программы.

Важная роль в подготовке выпускников является интеграция учебного и научного процессов, широкое участие студентов в выполнении научно-исследовательских работ.

Большое внимание с позиций качества образования отводится в университете созданию воспитательной среды, обеспечивающей формирование личности специалиста как гражданина и патриота.

В решении проблемы обеспечения качества подготовки специалистов участвует практически весь профессорско-преподавательский коллектив университета и такие организационно-управленческие подразделения, как учебно-методическое управление, научно-методические советы университета и факультетов, воспитательная комиссия, центр содействия трудоустройству выпускников и другие.

Значительное внимание уделяется установлению и расширению партнерских связей с организациями, предприятиями, фирмами различных форм собственности в плане создания мест практики, трудоустройства выпускников, целевой подготовки, повышения квалификации и переподготовки кадров.

Кафедра журналистики осуществляет сотрудничество со СМИ Донецкой народной республики и их рекламно-информационными отделами: печатные издания («Макеевский рабочий»), телекомпании («Оплот-ТВ», «1-й Республиканский телеканал», «Юнион»), информационные агентства («ДАН»), отдел связей с общественностью ДонНУ и др.

Обеспечение качества образования неразрывно связано с контролем результатов обучения на всех его этапах. Действующая в университете рейтинговая система оценки учебных достижений студентов со 100-балльной шкалой оценок позволяет существенно повысить объективность измерения результатов обучения. Накопительность системы позволяет студенту самому участвовать в определении и реализации индивидуальной траектории обучения.

- В плане совершенствования и развития системы контроля результатов обучения и повышения ее объективности решаются следующие задачи:

- Широкое использование тестовых технологий, в том числе компьютерного тестирования, на уровне текущего, промежуточного и итогового контроля;

- Частичный переход на письменную форму экзаменов по дисциплинам общенаучного и профессионального циклов дисциплин;

- Расширение спектра применяемых в учебном процессе информационных технологий, программ, электронных учебников;

- Развитие творческих форм самостоятельной работы студентов при постепенном уменьшении доли аудиторных занятий.

Механизмы функционирования системы обеспечения качества подготовки, созданной в вузе, включают мониторинг и периодическое рецензирование образовательной программы; обеспечение компетентности преподавательского состава; регулярное проведение самообследования по согласованным критериям.

8.2. Положение о балльно-рейтинговой системе оценки учебных достижений студентов ДонНУ

1. Общие положения

Балльно-рейтинговая система оценки учебных достижений студентов введена в ДонНУ на всех курсах с целью стимулирования активной текущей работы, обеспечения четкого оперативного контроля за ходом учебного процесса и повышения объективности оценки знаний.

Рейтинговая система основывается на интегральной оценке результатов всех видов учебной деятельности студента за весь период обучения и учитывает результаты:

- 5) изучения всех дисциплин учебного плана;
- 6) прохождения всех видов практик;
- 7) итогового государственного экзамена;
- 8) выполнения и защиты курсовых и выпускных квалификационных проектов и работ.

Каждый из видов учебной деятельности оценивается по 100-балльной шкале.

Перевод баллов в оценки пятибалльной системы осуществляется следующим образом:

ОТЛИЧНО	- от 90 до 100 баллов;
ХОРОШО	- от 75 до 89 баллов;
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	- от 60 до 74 баллов;
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	- 59 баллов и менее.

Рейтинговая система включает три основных раздела:

- Контроль текущей работы студентов.
- Формирование итоговой оценки по предмету.
- Определение и использование рейтинга студента.

2. Контроль текущей работы студентов в рамках рейтинговой системы

Большой вклад оценок за текущую работу в общую оценку студента по дисциплине определяет важность четкой организации и объективности текущего контроля. Вклад текущей работы в итоговую оценку по каждой учебной дисциплине должен составлять не менее 60% (60 баллов из 100 возможных) и включает итоги:

- выполнения лабораторных практикумов;
- практических (семинарских) занятий;
- самостоятельной работы студентов (выполнение домашних заданий, написание рефератов, выполнение курсовых работ и т.д.

По решению кафедры вклад текущей работы в итоговую оценку по дисциплине может быть увеличен до 70%.

Для дисциплин, по которым имеются только практические или лабораторно-практические занятия текущая работа студентов оценивается в 100 баллов.

Курсовые работы и проекты, включенные в рабочий учебный план, оцениваются отдельно по 100-балльной шкале. Отдельно оцениваются по 100-балльной шкале все виды практик и выполнение квалификационных работ.

Каждая кафедра самостоятельно определяет максимальное количество баллов, которое студент может набрать за текущую работу за каждый контрольный период семестра. Это число баллов указывается в ведомости текущего контроля.

По решению кафедры баллы за отдельные виды текущей работы могут снижаться на 10 – 40% при нарушении сроков контроля (несвоевременная сдача заданий, неявка на контрольные мероприятия без уважительных причин). При пропуске лекционных занятий баллы за текущую работу не снижаются.

В конце учебного семестра итоги текущей успеваемости проставляются на конец зачетной недели в виде суммы баллов за семестр.

Студенты допускаются к сессии только в том случае, если по каждой дисциплине учебного плана в течение семестра получено не менее 26 баллов. При меньшем количестве баллов студент к экзаменам не допускается и может быть отчислен из университета за академическую неуспеваемость.

3. Правила формирования итогового балла по учебной дисциплине

Итоговый балл студента по дисциплине складывается из суммы баллов, полученных в течение семестра по всем видам

занятий и баллов, полученных на итоговом опросе (экзамен, зачет, защита курсового проекта и др.).

Общий итоговый балл по дисциплине за семестр определяется как сумма баллов за текущую работу и баллов за итоговый опрос:

$$B_{\text{общ}} = B_{\text{т}} + B_{\text{и}}$$

где $B_{\text{общ}}$ - общий итоговый балл

Индексы: т – текущая работа, и - итоговый опрос (экзамен).

По дисциплинам, имеющим в данном семестре только зачет, последний принимается в течение зачетной недели, а зачетные баллы рассматриваются в качестве итоговых.

Если по дисциплине имеется и зачет, и экзамен в одном семестре, то итоговым является экзаменационный балл. При наличии у студента не менее 26 баллов по текущей работе и выполнении всей программы практических или лабораторных занятий зачет проставляется автоматически.

Все задолженности по итогам текущего учебного года должны быть ликвидированы до начала нового учебного года.

4. Определение и использование рейтинга студента

Рейтинг студента по той или иной учебной дисциплине — это общий итоговый балл ($B_{\text{общ}}$), по величине которого и производится ранжирование студентов.

Для определения рейтинга студента за семестр, учебный год, весь период обучения используется понятие **зачетных единиц**, что позволяет учесть весомость тех или иных учебных дисциплин.

Максимальное число зачетных единиц по каждой дисциплине берется из рабочих учебных планов соответствующих направлений подготовки. Максимальное число зачетных единиц по дисциплине за семестр, учебный год, весь период обучения определяется учебным отделом и деканатами на основании рабочих учебных планов и доводится до студентов и кафедр в начале учебного года.

Число зачетных единиц по курсовым проектам и работам определяется в соответствии с их трудоемкостью, указанной в учебном плане. Зачетные единицы по практикам и дипломному проектированию берутся из рабочих учебных планов.

Число зачетных единиц, набранных студентом по каждой дисциплине за семестр определяется по формуле:

$$Z_c = \frac{B_{\text{общ}}}{Z_{\text{м}}}$$

где Z_c – число зачетных единиц по дисциплине за семестр.

$Z_{\text{м}}$ – максимальное число зачетных единиц по дисциплине в семестре.

$B_{\text{общ}}$ – общий итоговый балл студента по дисциплине за семестр.

Число зачетных единиц, набранных студентом за семестр, определяется как сумма зачетных единиц по всем дисциплинам, изучаемым в данном семестре. Аналогичным образом определяется число зачетных единиц за учебный год и за весь период обучения.

Если дисциплина изучается в течение нескольких семестров, учитывается число зачетных единиц в данном семестре.

По окончании каждого семестра определяется **рейтинг** студента как процент набранных студентом зачетных единиц от максимально возможного числа зачетных единиц:

$$R_c = 100 Z_c / Z_{\max}$$

Аналогично вычисляется рейтинг студента за учебный год, рейтинг по окончании каждого курса и рейтинг за весь период обучения.

Данные по рейтингу студентов доводятся деканатами до студентов и кафедр в конце каждого семестра и учитываются при назначении стипендии и надбавок к ней.

Рейтинг студента за весь период обучения и место, занимаемое им среди выпускников данной специальности, заносится в приложение к диплому (после решения Министерства образования об изменении формы приложения).

При рейтинге 85 и более (не менее 75% отличных оценок при отсутствии удовлетворительных оценок) выдается диплом с отличием.

8.3 Соглашения о порядке реализации сотрудничества с другими организациями

Качество подготовки студентов бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика во многом зависит от контингента абитуриентов, ориентированных на соответствующий профиль. Способствуя реализации принципа непрерывности обучения, предполагается ряд профориентационных медиаобразовательных мероприятий и проектов, рассчитанных на школьников и студентов:

Республиканская олимпиада по журналистике среди студентов и школьников;

Конкурс-защита научно-исследовательских работ членов МАН (Приказ Министерства образования и науки ДНР № 620 от 28 сентября 2015 года «Об утверждении Положения о республиканском конкурсе-защите научно-исследовательских работ учащихся — членов Малой Академии наук»);

Медиаобразовательный проект «Молодежная школа журналистики» (концепция прилагается).

Концепция реализации проекта «Молодежная школа журналистики»

Молодежная школа журналистики — медиаобразовательная площадка, реализуемая как проект молодежного форума «Конвейер идей», в рамках которого формируется целостное представление о работе в информационном пространстве у молодых людей Донбасса в возрасте от 14 до 20 лет.

Рабочая программа школы формируется исходя из поставленной перед ней **цели**:

- Сформировать информационный источник, освещающий молодежное движение Донецкой народной республики;
- Развить у участников проекта навыки работы в информационном пространстве со всеми необходимыми для этого инструментами;
- Воспитать патриотическое отношение к Донбассу и его народу.

Реализация поставленной триединой цели возможна при решении ряда следующих **задач**:

- Создать и наполнять интернет-сайт, посвященный молодежному движению Донецкой народной республики, а также обеспечить его продвижение через социальные сети и СМИ;
- Составить план занятий по теории журналистики и журналистскому мастерству, а также организовать процесс его исполнения;
- Организовать комплексное освещение ключевых событий в молодежной сфере Донецкой народной республики: составлять ежемесячный план-сетку мероприятий для освещения, сформировать и обеспечить рабочие группы, опубликовать полученные материалы на соответствующих информационных площадках.

Участниками Молодежной школы журналистики являются учащиеся средних и высших учебных заведений в возрасте **от 14 до 20 лет**.

Базовыми партнерами Молодежной школы журналистики есть кафедра журналистики филологического факультета Донецкого национального университета, клуб «Юнпресс» Республиканского Дворца детского и юношеского творчества.

Основные формы работы:

- Участие в подготовленных школой лекториях (теоретическое освоение материала), мастер-классах (образовательных мероприятиях по изучению опыта специалистов сферы медиа), воркшопах (практических занятиях с целью создание того или иного медиапродукта) и прочих образовательных формах;
- Участие в освещении мероприятий и событий в молодежной среде ДНР;
 - Подготовка и выпуск медиапродуктов несобытийного характера: тематические видеоролики, фотогалереи и т. д.

Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики
 Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
УЧЕБНЫЙ ПЛАН



Утверждено:
 Ученым Советом
 протокол №3 от 2017 г.
 Ректор

У Крупнейшая группа направлений подготовки
 Направление подготовки
 Образовательный уровень
 квалификация
 срок обучения
 форма обучения
 на базе

42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 бакалавр
 академический бакалавр
 4 года
очная
 полного среднего образования

ГРАФИК УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Неделя	Сентябрь				Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август			
	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н								
1 курс	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	К	С	С	К	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т				
2 курс	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	К	С	С	К	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т				
3 курс	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	К	С	С	К	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т				
4 курс	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	К	С	С	К	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т				

ОБОЗНАЧЕНИЯ:

Т — теоретическое обучение
 С — экзаменационная сессия

практика

У — учебная
 П — производственная
 П/И — Научно-исследовательская работа, преддипломная практика, подготовка дипломной работы

ГА — Государственная аттестация
 К — каникулы

Сводный бюджет времени

Образовательный уровень	курс	теоретическое обучение	сессия	государственная аттестация (подготовка НИР)	практики	каникулы	всего
Бакалавр	1	35	5			12	52
	2	33	5		2	12	52
	3	33	5		2	12	52
	4	28	4	4 (4)	4	2	42
всего		129	19	4 (4)	8	38	198

Практики

У	Название практики	семестр	Количество недель
У	Учебная	4	2
П	Производственная	6	2
П/И	Производственная практика (преддипломная), научно-исследовательская работа	8	4

Государственная итоговая аттестация

Название учебной дисциплины	Форма государственной аттестации (экзамен, дипломная работа)	Семестр
Комплексный экзамен по теории, истории и практике рекламы и связей с общественностью	Экзамен	8
Дипломная работа	Защита	8

Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УЧЕБНЫЙ ПЛАН



Утвержден
Ученый совет
протокол
Ректор

Укрупненная группа направлений подготовки

Направление подготовки
Образовательный уровень
квалификация
срок обучения
форма обучения
на базе

42.00.00 Средства массовой информации и
информационно-библиотечное дело
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
бакалавр
академический бакалавр
4 года
заочная
полного среднего образования

ГРАФИК УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Неделя	Сентябрь				Октябрь					Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август				
	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В	Н	В					
1 курс	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	С	С	Т	Т	Т	Т	Т	Т	=	=	С	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	С	Т	Т	Т	С	Т	Т	=	=	=	=	=	=	=	=
2 курс	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	С	Т	Т	Т	Т	Т	=	=	Т	Т	Т	С	С	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	С	Т	Т	Т	У	У	Т	=	=	=	=	=	=	=	=
3 курс	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	С	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	=	=	Т	Т	Т	С	С	С	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	С	С	П	П	Т	=	=	=	=	=	=	=	=	=
4 курс	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	С	Т	С	Т	С	С	С	Т	=	=	Т	Т	Т	Т	С	С	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	П/Н	П/Н	П/Н	П/Н	ГА	ГА	ГА	ГА								

ОБОЗНАЧЕНИЯ:

Т теоретическое обучение
С экзаменационная сессия

практика

У учебная
П производственная
П/НИ
Р Научно-исследовательская работа, преддипломная практика, подготовка дипломной работы

ГА Государственная аттестация
К Каникулы

Сводный бюджет времени

Образовательный уровень	курс	теоретическое обучение	сессия	государственная аттестация	практика	каникулы	всего
Бакалавр	1	36	4			12	52
	2	34	4		2	12	52
	3	32	6		2	12	52
	4	26	6	4 (4)	4	2	42
всего		128	20	4 (4)	8	38	198

Практики

Название практики	курс	количество недель	
		У	П
Учебная	2	2	
Производственная	3	2	
Производственная практика (преддипломная), научно-исследовательская работа	4	4	

Государственная итоговая аттестация

Название учебной дисциплины	форма государственной аттестации (экзамен, дипломная работа)	курс
Комплексный экзамен по теории, истории и практике рекламы и связей с общественностью	экзамен	4
Научно-исследовательская работа	защита	4

