

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



**История и актуальные проблемы отечественной и
зарубежной журналистики**
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Психологии развития**
Учебный план bz420301-CCO-17-1.plz.xml
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация **Бакалавр**
Форма обучения **заочная**
Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144
в том числе:
аудиторные занятия 12
самостоятельная работа 128
часов на контроль 4

Виды контроля на курсах:
зачеты I

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	I		Итого	
	уп	мд		
Вид занятий				
Лекции	4	6	4	6
Практические	8	8	8	8
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	12	14	12	14
Контактная работа	12	14	12	14
Сам. работа	128	128	128	128
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	146	144	146

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	развитие теоретических знаний о журналистике, осмысление опыта отечественных и зарубежных средств массовой информации и журналистов, их места в культуре в диалогии исторического процесса; обеспечить осмысление современного состояния журналистики и перспектив ее развития.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	История
2.1.2	Основы связей с общественностью
2.1.3	Словесное творчество
2.1.4	Русский язык и культура речи
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Основы теории коммуникации
2.2.2	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.2.3	Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью
2.2.4	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
2.2.5	Психология массовых коммуникаций
2.2.6	Теория и практика массовой информации
2.2.7	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.8	Коммуникации в постиндустриальном обществе

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

ОК-2: Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции

Знать:

Уровень 1	Студент полно, систематизировано и аргументированно излагает материал, описывающий основные факты и ключевые события становления и развития отечественной и зарубежной печати, радио, телевидения и интернета; основные понятия журналистики, историю формирования и логику ее развития от античности до современности; основные положения качественной журналистики и этического кодекса для журналистов. Студент легко ориентируется в характеристике исторических периодов в развитии общества, повлиявшую на развитие отечественной журналистики
-----------	--

Уметь:

Уровень 1	Студент умеет анализировать причины возникновения и развития подходов и школ журналистики в истории отечественной и зарубежной журналистики, исходя из особенностей исторического периода развития общества; явления современной медиаккультуры, понимать процесс конструирования социальной реальности средствами СМИ; и сопоставлять новые идеи западной журналистики в динамике развития общества. Студент демонстрирует профессиональное отношение к сложным процессам, происходящим в современном обществе
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	Студент демонстрирует свободное владение основными знаниями, позволяющими ориентироваться в процессе развития отечественной и зарубежной журналистики; навыками анализа роли журналистики на формирование гражданской позиции и массовое сознание и системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в СМИ.
-----------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- общую характеристику исторических периодов в развитии общества, повлиявшую на развитие отечественной и зарубежной журналистики;
3.1.2	- основные факты и ключевые события становления и развития отечественной и зарубежной печати;
3.1.3	- основные понятия журналистики, историю формирования и логику ее развития от античности до современности;
3.1.4	- основные положения качественной журналистики и этического кодекса для журналистов
3.2	Уметь:
3.2.1	- анализировать причины возникновения и развития подходов и школ журналистики в истории отечественной и зарубежной журналистики, исходя из особенностей исторического периода развития общества;

3.2.2	- анализировать и сопоставлять новые идеи отечественной и зарубежной журналистики в динамике развития общества;
3.2.3	- выработать профессиональное отношение к сложным процессам, происходящим в современном обществе
3.2.4	- анализировать явления современной медиаккультуры, понимать процесс конструирования социальной реальности средствами СМИ
3.3	Владеть:
3.3.1	- знаниями, позволяющими ориентироваться в процессе развития отечественной и зарубежной журналистики;
3.3.2	- системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в СМИ;
3.3.3	- методологическим базисом изучаемой дисциплины, определять соотношение журналистики в контексте других наук;
3.3.4	- навыками анализа роли журналистики на формирование гражданской позиции и массовое сознание

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. История и актуальные проблемы зарубежной журналистики						
1.1	Предыстория зарубежной журналистики. Европейская журналистика эпохи Просвещения. История английской и американской журналистики. Зарубежные СМИ современности /Лек/	1	4	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	0	
1.2	Предыстория зарубежной журналистики. Европейская журналистика эпохи Просвещения. История английской и американской журналистики. Зарубежные СМИ современности /Пр/	1	4	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	2	
1.3	Предыстория зарубежной журналистики. Европейская журналистика эпохи Просвещения. История английской и американской журналистики. Зарубежные СМИ современности /Ср/	1	60	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	0	
	Раздел 2. История и актуальные проблемы отечественной журналистики						
2.1	Формирование традиций отечественной журналистики. История отечественной журналистики и редакторского дела XIX-XXI веков. /Лек/	1	2	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л3.1	0	
2.2	Формирование традиций отечественной журналистики. История отечественной журналистики и редакторского дела XIX-XXI веков /Пр/	1	4	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л3.1	2	
2.3	Формирование традиций отечественной журналистики. История отечественной журналистики и редакторского дела XIX-XXI веков /Ср/	1	68	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л3.1	0	
2.4	/Зачёт/	1	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств
Представлены в Приложении 1
5.4. Перечень видов оценочных средств
Рефераты

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Корконосенко С. Г.	Основы журналистики: Учеб. для студентов высш. учеб. заведений	М.: Аспект Пресс, 2002	15
Л1.2	Коновалова О. В.	Основы журналистики: учебное пособие по современной практической журналистике	М.: МарТ, 2005	3
Л1.3	Прутцков В. Г.	Введение в мировую журналистику: от Античности до конца XVIII века	Москва: Аспект Пресс, 2012	5

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Овсепян Р. П.	История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917-90-е гг.): Учебник для студ. ВУЗов	М.: Изд-во МГУ, 1999	1
Л2.2	Прутцков Г. В.	Введение в мировую журналистику. От Античности до конца XVIII века: Учебно-методический комплект. Учебное пособие, хрестоматия	Москва: Аспект Пресс, 2010	1
Л2.3	Прутцков Г. В.	История зарубежной журналистики 1800-1929: Учебно-методический комплект. Учебное пособие, хрестоматия	Москва: Аспект Пресс, 2010	1
Л2.4	Прутцков Г. В., Засурский Я. Н.	История зарубежной журналистики 1929-2013: Учебно-методический комплект (учебное пособие, хрестоматия)	Москва: Аспект Пресс, 2013	1
Л2.5	Овсепян Р. П., Засурский Я. Н.	История новейшей отечественной журналистики. Февраль 1917 - начало XXI в: Учебное пособие	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Наука, 2005	1
Л2.6	Лапшина Г. С.	Очерки из истории отечественной журналистики 1870-х гг: Монография	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2009	1
Л2.7	Анпилогова Л.В.	История зарубежной журналистики (конец XIX – начало XXI вв.): учебно-методическое пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2014	1
Л2.8	Трыков В. П.	История зарубежной журналистики XIX века: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.9	Кривошеев В. М.	В творческой лаборатории журналиста	Москва: Университетская книга, 2010	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Грехова И. П., Мамкина Т. М., Меренков В. А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030301.65 "Психология служебной деятельности", квалификации "Специалист"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://www.press-service.ru – «Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью			
Э2	http://www.eartist.narod.ru/text16/071.htm - Общая теория социальной коммуникации			

Э3	http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/luch/01.php История журналистики
Э4	http://psylib.myword.ru/ - интернет-библиотека психологической и социальной литератур
Э5	БД Сургутский Государственный университет «Книги» http://www.lb.surgu.ru/abis.php
Э6	БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания» http://www.lib.surgu.ru/abis.php

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;
6.3.1.2	браузеры
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМП

Е.В. Копонадова

22 июня, 2017 г., протокол УС №6.

Семиотика

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану	144
в том числе:	
аудиторные занятия	12
самостоятельная работа	128
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:
зачеты 1

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		Итого	
	уп	нрц		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	128	128	128	128
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Преподавание дисциплины «Семиотика» будущим специалистам по рекламе и связям с общественностью призвано способствовать формированию общекультурного багажа, дать необходимые теоретические представления о роли знаков и способах интерпретации символического аппарата человеческой деятельности, а также сформировать практические навыки их использования для анализа существующих текстов в сфере связей с общественностью и создания собственных, с возможностью прогнозирования их эффективности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ОД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1		
2.1.2		
2.1.3	Психология общения и принципы ведения переговоров	
2.1.4	Философия	
2.1.5	Конфликтология	
2.1.6	Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью	
2.1.7	Стилистика и литературное редактирование	
2.1.8	Межкультурная коммуникация	
2.1.9	Словесное творчество	
2.1.10	История	
2.1.11	Русский язык и культура речи	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Искусственный интеллект	
2.2.2	Русский язык и культура речи	

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

ОПК-3: Владение базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга

Знать:

Уровень 1	специфику культурных текстов (в том числе рекламных текстов), способы их создания, принципы интерпретации,
-----------	--

Уметь:

Уровень 1	производить семиотический анализ готовых рекламных текстов и создавать собственные с учетом специфики семиосферы и процесса семиозиса,
-----------	--

Владеть:

Уровень 1	терминологией семиотики, алгоритмами интерпретации текста, пониманием специфики рекламного текста, способами ориентации в профессиональных источниках информации (справочная литература, журналы, сайты, образовательные порталы и т.д.),
-----------	---

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

Знать:

Уровень 1	специфику существования в культуре и восприятия, особенности функционирования вербальных и невербальных знаковых систем в рекламной деятельности.
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	формировать рекламное сообщение, используя семиотические средства.
-----------	--

Владеть:

Уровень 1	принципами и способами создания вербальных и невербальных рекламных текстов.
-----------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	специфику культурных текстов (в том числе рекламных текстов), способы их создания, принципы интерпретации, специфику существования в культуре и восприятия, особенности функционирования вербальных и невербальных знаковых систем в рекламной деятельности.

3.2	Уметь:
3.2.1	производить семиотический анализ готовых рекламных текстов и создавать собственные с учетом специфики семиосферы и процесса семиозиса, формировать рекламное сообщение, используя семиотические средства.
3.3	Владеть:
3.3.1	терминологией семиотики, алгоритмами интерпретации текста, пониманием специфики рекламного текста, способами ориентации в профессиональных источниках информации (справочная литература, журналы, сайты, образовательные порталы и т.д.), принципами и способами создания вербальных и невербальных рекламных текстов.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	Сущность и основные понятия семиотики. Виды знаков и знаковых систем. /Лек/	1	2	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.2	Сущность и основные понятия семиотики. Виды знаков и знаковых систем. /Ср/	1	10	ОПК-3	Л1.1 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.3	Языковая картина мира. Проблема понимания и интерпретации. Диалог культур. /Пр/	1	2	ОПК-3	Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.4	Языковая картина мира. Проблема понимания и интерпретации. Диалог культур. /Ср/	1	20	ОПК-3	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.5	Семиотика повседневности. Вербальная и невербальная семиотика. /Пр/	1	2	ОПК-3	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.6	Семиотика повседневности. Вербальная и невербальная семиотика. /Ср/	1	20	ОПК-3	Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.7	Искусство как знаковая система. Мифологемы в художественных текстах и их интерпретация. /Пр/	1	2	ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.8	Искусство как знаковая система. Мифологемы в художественных текстах и их интерпретация /Ср/	1	20	ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.9	Семиосфера и семиозис. Механизм кодировки и декодировки символов. /Пр/	1	2	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.10	Семиосфера и семиозис. Механизм кодировки и декодировки символов. /Ср/	1	20	ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.11	Семиотика в сфере рекламы и связей с общественностью /Лек/	1	2	ПК-8	Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.12	Семиотика в сфере рекламы и связей с общественностью /Ср/	1	38	ПК-8	Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.13	/Зачёт/	1	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Эссе
 Семиотический анализ произведения искусства
 Анализ картины мира по алгоритму
 Семиотический анализ культурного текста по алгоритму
 Контрольная работа

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Багдасарьян Н. Г.	Культурология: учебник для бакалавров	М.: Юрайт, 2012	15
Л1.2	Алакшин А. Э.	Культурология: Взгляд на мировую культуру. Тексты лекций	Санкт-Петербург: Петрополис, 2012 Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/20320	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Успенский Б. А.	Избранные труды. Т. 1. Семиотика истории. Семиотика культуры	М.: Школа "Языки русской культуры", 1996	2
Л2.2	Розин Вадим, Ремезова И. И.	Семиотические исследования	Москва: Пер Сэ, 2001 Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/7443	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Денисова Т. Ю.	Семиотика: учебно-методическое пособие [для студентов, обучающихся по специальности "Реклама и связи с общественностью"]	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2015	35
Л3.2	Денисова Т. Ю.	Мировой опыт художественной культуры в сфере рекламы и связей с общественностью: учебно-методическое пособие	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016 Режим доступа: https://elib.surgu.ru/fulltext/umm/3968_Денисова_Т_Ю_Мировой_опыт_художественной_культуры	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://www.gumfak.ru/filosof.shtml
Э2	http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-posobie-spravochnik-po-filosofii.html

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционная система Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
6.3.1.2	Доступ в сеть интернет, в т.ч. WI-FI

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	электронно-библиотечная система "Консультант студента"
---------	--

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для предоставления учебной информации студентам.
-----	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



Информационные технологии в средствах массовой информации

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития	
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	заочная	
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	108	Виды контроля на курсах: зачеты с оценкой 3
в том числе:		
аудиторные занятия	14	
самостоятельная работа	90	
часов на контроль	4	

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	уп	впа		
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	90	90	90	90
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	теоретическое и практическое освоение компьютерных и информационных технологий сбора, обработки и анализа фактического материала для повседневной работы специалиста по связям с общественностью; выработка навыка определения параметров содержания медиаматериалов для использования их в профессиональной деятельности; закрепление навыков использования ресурсов глобальной компьютерной сети для решения задач по созданию эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Основы теории коммуникации
2.1.2	Теория и практика массовой информации
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
2.2.2	Психология массовых коммуникаций
2.2.3	Социология массовых коммуникаций
2.2.4	Теория и практика массовой информации

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

ОПК-1: Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

Знать:

Уровень 1	особенности современного информационного общества и информационного пространства, современную компьютерную технику и способы ее сопряжения друг с другом, основные проблемы компьютерной безопасности, технику поиска и работы с различным информационным контентом, получаемым с помощью компьютерной техники
Уровень 2	особенности современного информационного общества и информационного пространства, современную компьютерную технику и способы ее сопряжения друг с другом, основные проблемы компьютерной безопасности, технику поиска и работы с различным информационным контентом, получаемым с помощью компьютерной техники
Уровень 3	особенности современного информационного общества и информационного пространства, современную компьютерную технику и способы ее сопряжения друг с другом, основные проблемы компьютерной безопасности, технику поиска и работы с различным информационным контентом, получаемым с помощью компьютерной техники

Уметь:

Уровень 1	определять и использовать возможности компьютерной техники, применяемой в рабочем процессе специалиста по связям с общественностью, решать вопросы компьютерной безопасности, осуществлять поиск и работу с информацией, необходимой для профессиональной деятельности, корректно работать с информацией, используемой в профессиональной и творческой деятельности специалиста по связям с общественностью
Уровень 2	определять и использовать возможности компьютерной техники, применяемой в рабочем процессе специалиста по связям с общественностью, решать вопросы компьютерной безопасности, осуществлять поиск и работу с информацией, необходимой для профессиональной деятельности, корректно работать с информацией, используемой в профессиональной и творческой деятельности специалиста по связям с общественностью
Уровень 3	определять и использовать возможности компьютерной техники, применяемой в рабочем процессе специалиста по связям с общественностью, решать вопросы компьютерной безопасности, осуществлять поиск и работу с информацией, необходимой для профессиональной деятельности, корректно работать с информацией, используемой в профессиональной и творческой деятельности специалиста по связям с общественностью

Владеть:

Уровень 1	навыками работы с современной компьютерной техникой, способами использования сервисов и ресурсов сети Интернет, применяемых для сбора и работы с информацией, а также существующего программного обеспечения для создания собственного информационного продукта и анализа деятельности медиасистем
Уровень 2	навыками работы с современной компьютерной техникой, способами использования сервисов и ресурсов сети Интернет, применяемых для сбора и работы с информацией, а также существующего программного обеспечения для создания собственного информационного продукта и анализа деятельности медиасистем

Уровень 3	навыками работы с современной компьютерной техникой, способами использования сервисов и ресурсов сети Интернет, применяемых для сбора и работы с информацией, а также существующего программного обеспечения для создания собственного информационного продукта и анализа деятельности медиасистем
-----------	--

ОПК-6: Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Знать:

Уровень 1	особенности современного информационного общества и информационного пространства, современную компьютерную технику и способы ее сопряжения друг с другом, основные проблемы компьютерной безопасности, технику поиска и работы с различным информационным контентом, получаемым с помощью компьютерной техники
Уровень 2	особенности современного информационного общества и информационного пространства, современную компьютерную технику и способы ее сопряжения друг с другом, основные проблемы компьютерной безопасности, технику поиска и работы с различным информационным контентом, получаемым с помощью компьютерной техники
Уровень 3	особенности современного информационного общества и информационного пространства, современную компьютерную технику и способы ее сопряжения друг с другом, основные проблемы компьютерной безопасности, технику поиска и работы с различным информационным контентом, получаемым с помощью компьютерной техники

Уметь:

Уровень 1	определять и использовать возможности компьютерной техники, применяемой в рабочем процессе специалиста по связям с общественностью, решать вопросы компьютерной безопасности, осуществлять поиск и работу с информацией, необходимой для профессиональной деятельности, корректно работать с информацией, используемой в профессиональной и творческой деятельности специалиста по связям с общественностью
Уровень 2	определять и использовать возможности компьютерной техники, применяемой в рабочем процессе специалиста по связям с общественностью, решать вопросы компьютерной безопасности, осуществлять поиск и работу с информацией, необходимой для профессиональной деятельности, корректно работать с информацией, используемой в профессиональной и творческой деятельности специалиста по связям с общественностью
Уровень 3	определять и использовать возможности компьютерной техники, применяемой в рабочем процессе специалиста по связям с общественностью, решать вопросы компьютерной безопасности, осуществлять поиск и работу с информацией, необходимой для профессиональной деятельности, корректно работать с информацией, используемой в профессиональной и творческой деятельности специалиста по связям с общественностью

Владеть:

Уровень 1	навыками работы с современной компьютерной техникой, способами использования сервисов и ресурсов сети Интернет, применяемых для сбора и работы с информацией, а также существующего программного обеспечения для создания собственного информационного продукта и анализа деятельности медиасистем
Уровень 2	навыками работы с современной компьютерной техникой, способами использования сервисов и ресурсов сети Интернет, применяемых для сбора и работы с информацией, а также существующего программного обеспечения для создания собственного информационного продукта и анализа деятельности медиасистем
Уровень 3	навыками работы с современной компьютерной техникой, способами использования сервисов и ресурсов сети Интернет, применяемых для сбора и работы с информацией, а также существующего программного обеспечения для создания собственного информационного продукта и анализа деятельности медиасистем

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

Знать:

Уровень 1	особенности современного информационного общества и информационного пространства, современную компьютерную технику и способы ее сопряжения друг с другом, основные проблемы компьютерной безопасности, технику поиска и работы с различным информационным контентом, получаемым с помощью компьютерной техники
Уровень 2	определять и использовать возможности компьютерной техники, применяемой в рабочем процессе специалиста по связям с общественностью, решать вопросы компьютерной безопасности, осуществлять поиск и работу с информацией, необходимой для профессиональной деятельности, корректно работать с информацией, используемой в профессиональной и творческой деятельности специалиста по связям с общественностью
Уровень 3	навыками работы с современной компьютерной техникой, способами использования сервисов и ресурсов сети Интернет, применяемых для сбора и работы с информацией, а также существующего программного обеспечения для создания собственного информационного продукта и анализа деятельности медиасистем

Уметь:

Уровень 1	определять и использовать возможности компьютерной техники, применяемой в рабочем процессе специалиста по связям с общественностью, решать вопросы компьютерной безопасности, осуществлять поиск и работу с информацией, необходимой для профессиональной деятельности, корректно работать с информацией, используемой в профессиональной и творческой деятельности специалиста по связям с общественностью
Уровень 2	определять и использовать возможности компьютерной техники, применяемой в рабочем процессе специалиста по связям с общественностью, решать вопросы компьютерной безопасности, осуществлять поиск и работу с информацией, необходимой для профессиональной деятельности, корректно работать с информацией, используемой в профессиональной и творческой деятельности специалиста по связям с общественностью
Уровень 3	определять и использовать возможности компьютерной техники, применяемой в рабочем процессе специалиста по связям с общественностью, решать вопросы компьютерной безопасности, осуществлять поиск и работу с информацией, необходимой для профессиональной деятельности, корректно работать с информацией, используемой в профессиональной и творческой деятельности специалиста по связям с общественностью
Владеть:	
Уровень 1	навыками работы с современной компьютерной техникой, способами использования сервисов и ресурсов сети Интернет, применяемых для сбора и работы с информацией, а также существующего программного обеспечения для создания собственного информационного продукта и анализа деятельности медиасистем
Уровень 2	навыками работы с современной компьютерной техникой, способами использования сервисов и ресурсов сети Интернет, применяемых для сбора и работы с информацией, а также существующего программного обеспечения для создания собственного информационного продукта и анализа деятельности медиасистем
Уровень 3	навыками работы с современной компьютерной техникой, способами использования сервисов и ресурсов сети Интернет, применяемых для сбора и работы с информацией, а также существующего программного обеспечения для создания собственного информационного продукта и анализа деятельности медиасистем

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	особенности современного информационного общества и информационного пространства, современную компьютерную технику и способы ее сопряжения друг с другом, основные проблемы компьютерной безопасности, технику поиска и работы с различным информационным контентом, получаемым с помощью компьютерной техники;
3.2	Уметь:
3.2.1	определять и использовать возможности компьютерной техники, применяемой в рабочем процессе специалиста по связям с общественностью, решать вопросы компьютерной безопасности, осуществлять поиск и работу с информацией, необходимой для профессиональной деятельности, корректно работать с информацией, используемой в профессиональной и творческой деятельности специалиста по связям с общественностью;
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками работы с современной компьютерной техникой, способами использования сервисов и ресурсов сети Интернет, применяемых для сбора и работы с информацией, а также существующего программного обеспечения для создания собственного информационного продукта и анализа деятельности медиасистем.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1.							
1.1	Математические и информационные модели современных инфокоммуникационных сетей. /Лек/	3	0	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.3	0	
1.2	Математические и информационные модели современных инфокоммуникационных сетей. /Пр/	3	1	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.3	0	
1.3	Математические и информационные модели современных инфокоммуникационных сетей. /Ср/	3	10	ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2	0	
1.4	Подготовка информационного продукта к продвижению в инфокоммуникационных сетях. /Лек/	3	1	ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.5	Подготовка информационного продукта к продвижению в инфокоммуникационных сетях. /Пр/	3	1	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	

1.6	Подготовка информационного продукта к продвижению в инфокоммуникационных сетях. /Ср/	3	10	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.7	Инструментарий инфокоммуникационных сетей. /Лек/	3	0	ОПК-1 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.8	Инструментарий инфокоммуникационных се-тей. /Пр/	3	1	ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.9	Инструментарий инфокоммуникационных сетей. /Ср/	3	10	ОПК-1 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.10	Состав и функции инфокоммуникационной платформы. /Лек/	3	0	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.11	Состав и функции инфокоммуникационной платформы. /Пр/	3	1	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.12	Состав и функции инфокоммуникационной платформы. /Ср/	3	10	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.13	Средства и методы инфокоммуникационной платформы для привлечения внимания к информационному продукту. /Лек/	3	0	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.14	Средства и методы инфокоммуникационной платформы для привле-чения внимания к ин-формационному продук-ту. /Пр/	3	1	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.15	Средства и методы инфокоммуникационной платформы для привле-чения внимания к ин-формационному продук-ту. /Ср/	3	10	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.16	Средства и методы инфокоммуникационной платформы для форми-рования и удержания ин-тереса к информацион-ному продукту. /Лек/	3	1	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
1.17	Средства и методы инфокоммуникационной платформы для форми-рования и удержания ин-тереса к информацион-ному продукту. /Пр/	3	1	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.18	Средства и методы инфокоммуникационной платформы для форми-рования и удержания ин-тереса к информацион-ному продукту. /Ср/	3	10	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.19	Средства и методы инфокоммуникационной платформы для форми-рования потребности в информационном про-дукте. /Лек/	3	2	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.20	Средства и методы инфокоммуникационной платформы для форми-рования потребности в информационном про-дукте. /Пр/	3	1	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.21	Средства и методы инфокоммуникационной платформы для формирования потребности в информационном про-дукте. /Ср/	3	10	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	

1.22	Средства и методы инфокоммуникационной платформы поддержки продаж. /Лек/	3	1	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.23	Средства и методы инфокоммуникационной платформы поддержки продаж. /Пр/	3	1	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.24	Средства и методы инфокоммуникационной платформы поддержки продаж. /Ср/	3	10	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.25	Основы информационной и компьютерной безопасности. /Лек/	3	1	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.26	Основы информационной и компьютерной безопасности. /Пр/	3	0	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.27	Основы информационной и компьютерной безопасности. /Ср/	3	10	ОПК-1 ОПК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.3	0	
1.28	/ЗачётСОц/	3	1		Л3.2	0	
1.29	/Контр.раб./	3	3			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

представлены в приложении 1

5.2. Темы письменных работ

представлены в приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

представлены в приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

контрольная работа,
устный опрос на зачете,

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Степанов А. Н.	Информатика: учебное пособие для студентов высших учебных заведений	СПб. [и др.]: Питер, 2007	25
Л1.2	Федотова Е. Л.	Информационные технологии в профессиональной деятельности: учебное пособие для студентов учреждений среднего профессионального образования, обучающихся по группе специальностей 2200 "Информатика и вычислительная техника"	М.: ФОРУМ, 2010	5
Л1.3	Симонович С. В.	Информатика: базовый курс	Москва [и др.]: Питер, 2016	41

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Новожилов О. П.	Информатика: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.2	Чугунов А. В.	Социальная информатика: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------------------	----------	-------------------	----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.1	Зимин В. П.	Информатика. Лабораторный практикум в 2 ч. Часть 1: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2017	1
ЛЗ.2	Зимин В. П.	Информатика. Лабораторный практикум в 2 ч. Часть 2: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2017	1
ЛЗ.3	Безручко В.Т.	Компьютерный практикум по курсу "Информатика": Учебное пособие	Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2018	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	унввсека
Э2	http://www.dissercat.com/catalog/tekhnicheskie-nauki/informatika-vychislitel'naya-tekhnika-i-upravlenie/telekommunikatsionnye - электронная библиотека диссертаций
Э3	http://www.dslib.net/sys-analiz.html каталог бесплатных авторефератов и диссертаций (Системный анализ, управление и обработка информации)

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
6.3.1.2	

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для предоставления учебной информации студентам. Практические занятия проводятся в компьютерных классах.
-----	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

представлены в приложении 2

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

Е. В. Коновалова

22 июня 2017 г., протокол УС №6

Логика и теория аргументации

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Философии и права
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ
Часов по учебному плану	180
в том числе:	
аудиторные занятия	14
самостоятельная работа	157
часов на контроль	9

Виды контроля на курсах:
экзамены 2

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	ипд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
В том числе инт.	6		6	
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	157	157	157	157
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	- понимание содержания основных форм мышления и сущности базовых логических операций;
1.2	- знание принципов теории аргументации и способность на их основе осуществлять исследовательскую деятельность и толерантно воспринимать различные виды социальных различий;
1.3	- формирование у бакалавров навыков систематического, последовательного, критичного мышления как всеобщей интеллектуальной базы самоорганизации, самообразования и коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Философия
2.1.2	История
2.1.3	Русский язык и культура речи
2.1.4	Семиотика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Методы научных исследований
2.2.2	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.2.3	Философия

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОК-7: Способность к самоорганизации и самообразованию**

Знать:	
Уровень 1	основные формы мышления,
Уровень 2	операции с ними, законы мышления и их особенности
Уровень 3	основные формы мышления и операции с ними, законы мышления и их особенности
Уметь:	
Уровень 1	использовать логические приемы
Уровень 2	использовать логические приемы при анализе социальных явлений
Уровень 3	логические знания в процессе систематического, последовательного, критичного мышления
Владеть:	
Уровень 1	принципами рационального познания
Уровень 2	использует их в процессе самоорганизации и самообразования
Уровень 3	принципами рационального познания и использует их в процессе самоорганизации и самообразования

ОПК-3: Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга

Знать:	
Уровень 1	структуру и функции языка,
Уровень 2	виды языка
Уровень 3	особенности их использования в практической деятельности
Уметь:	
Уровень 1	определять соотношение между структурами языка и формами мышления,
Уровень 2	строить логически обоснованные суждения
Уровень 3	определять соотношение между структурами языка и формами мышления, строить логически обоснованные суждения
Владеть:	
Уровень 1	правилами аргументации
Уровень 2	правилами аргументации для осуществления профессиональной деятельности
Уровень 3	правилами аргументации для осуществления профессиональной и исследовательской деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
------------	---------------

3.1.1	Основные формы мышления и операции с ними, законы мышления и их особенности, структуру и функции языка, виды языка и особенности их использования в практической деятельности
3.2	Уметь:
3.2.1	Использовать логические приемы при анализе социальных явлений и логические знания в процессе систематического, последовательного, критичного мышления, определять соотношение между структурами языка и формами мышления, строить логически обоснованные суждения
3.3	Владеть:
3.3.1	принципами рационального познания и использует их в процессе самоорганизации и самообразования, правилами аргументации для осуществления профессиональной и исследовательской деятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Предмет логики							
1.1	Исторические формы логики /Ср/	2	20	ОК-7	Л1.1 Л1.4 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.2	Понятие как форма мышления. /Лек/	2	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.3	Понятие как форма мышления. /Пр/	2	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.4	Понятие как форма мышления. /Ср/	2	32	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.5	Суждение как форма мышления. /Пр/	2	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.6	Умозаключение как форма мышления. Виды умозаключений /Лек/	2	2	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.7	Суждение как форма мышления. /Ср/	2	30	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.8	Умозаключение как форма мышления. Виды умозаключений /Пр/	2	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.9	Умозаключение как форма мышления. Виды умозаключений /Ср/	2	40	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2	0	

1.10	Законы логики /Лек/	2	2	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1	0	
1.11	Законы логики /Пр/	2	2	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.12	Законы логики /Ср/	2	35	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.13	/Экзамен/	2	9			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

практические занятия, тесты, эссе

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Рузавин Г. И.	Логика и аргументация: Учебное пособие для студентов ВУЗов	М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997	2
Л1.2	Кириллов В. И., Старченко А. А.	Логика: Учебник для юрид. ВУЗов	М.: Юристъ, 1995	59
Л1.3	Светлов В. А.	Практическая логика: Учебное пособие	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2012	1
Л1.4	Светлов В. А.	Логика	Москва: Издательская группа "Логос", 2012	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Михалкин Н. В.	Логика и аргументация для юристов: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.2	Ивин А. А.	Логика: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.3	Малыхина Г. И.	Логика	Минск: Издательство "Вышэйшая школа", 2013	1
Л2.4	Кириллов В. И.	Логика	Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", 2017	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.1	Нестерова О. Ю.	Логика: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2012	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://www.gumfak.ru/filosof.shtml
Э2	http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-posobie-spravochnik-po-filosofii.html

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
6.3.1.2	Доступ в сеть интернет (в т.ч. Wi-Fi)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Электронно-библиотечная система "Консультант студента"
---------	--

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для предоставления учебной информации студентам.
-----	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в приложении 2	
-----------------------------	--

**Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"**



Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Психологии развития**

Учебный план **bz420301-CCO-17-1.plz.xml**
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану **180**
в том числе:
аудиторные занятия **12**
самостоятельная работа **164**
часов на контроль **4**

Виды контроля на курсах:
зачеты с оценкой 3

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	уп	ргд		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	164	164	164	164
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Сформировать у студентов целостные представления о мировой художественной культуре как феномене человеческой деятельности, аккумулирующем историче-ский опыт религиозные, нравственные, философские, эстетические, ценностные ориентиры различных народов и эпох; показать место курса в системе гумани-тарного знания в целом, а также его значение в качестве компонента професси-ональной подготовки специалистов в сфере связей с общественностью; сформи-ровать знания об этапах, закономерностях, тенденциях развития мировой худо-жественной культуры и их детерминантах; проанализировать шедевры русского и зарубежного искусства с позиций эстетической актуальности художественных образов, а также возможности их рассмотрения в качестве индикатора идейного и духовного содержания эпохи и средства воздействия на общество.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Межкультурная коммуникация
2.1.2	История
2.1.3	Русский язык и культура речи
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Корпоративная культура
2.2.2	Имиджология
2.2.3	Семиотика
2.2.4	Философия
2.2.5	Немедийные коммуникации

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

ОК-2: Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции

Знать:

Уровень 1	основные проблемы человеческого бытия,
Уровень 2	этапы исторического развития человеческого общества,
Уровень 3	механизмы его трансформаций, эволюцию его отражения в искусстве.

Уметь:

Уровень 1	анализировать мировоззренческие проблемы;
Уровень 2	логически корректно представлять важнейшие события в истории человечества
Уровень 3	соотносить их с историей искусства.

Владеть:

Уровень 1	навыками аргументации собственной позиции по мировоззренческим проблемам,
Уровень 2	навыками анализа художественного произведения
Уровень 3	навыками аргументации собственной позиции по мировоззренческим проблемам, навыками анализа художественного произведения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные проблемы человеческого бытия, этапы исторического развития человеческого общества, механизмы его трансформаций, эволюцию его отражения в искусстве.
3.2	Уметь:
3.2.1	анализировать мировоззренческие проблемы; логически корректно представлять важнейшие события в истории человечества, соотносить их с историей искусства.
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками аргументации собственной позиции по мировоззренческим проблемам, навыками анализа художественного произведения

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Примечание
-------------	---	----------------	-------	--------------	------------	------------	------------

	Раздел 1. Искусство в системе массовых коммуникаций						
1.1	Искусство в системе массовых коммуникаций /Лек/	3	2	ОК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.2	Искусство в системе массовых коммуникаций /Пр/	3	2	ОК-2	Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.3	Искусство в системе массовых коммуникаций /Ср/	3	30	ОК-2	Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.4	Художественные образы античности и средневековья. /Пр/	3	2	ОК-2	Л1.2 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.5	Художественные образы античности и средневековья. /Ср/	3	40	ОК-2	Л1.2 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.6	Художественные стили и направления Нового времени /Пр/	3	2	ОК-2	Л1.1 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.7	Художественные стили и направления Нового времени /Ср/	3	40	ОК-2	Л1.1 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.8	Западноевропейское и отечественное искусство Новейшего времени /Лек/	3	2	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.9	Западноевропейское и отечественное искусство Новейшего времени /Пр/	3	2	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.10	Западноевропейское и отечественное искусство Новейшего времени /Ср/	3	54	ОК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.11	/ЗачётСОц/	3	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1.

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1.

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1.

5.4. Перечень видов оценочных средств

эссе, практические задания, контрольная работа

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Ефремова М. Г., Посвятенко Ю. В., Молокова Т. А.	Культурология: Методические указания подготовки к практическим занятиям для студентов, обучающихся по всем направлениям подготовки, реализуемым в МГСУ	Москва: Московский государственный строительный университет, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ, 2014	1
Л1.2	Куликова И. М.	Культурология: методические материалы по формированию общекультурных компетенций у бакалавров	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1
Л1.3	Багдасарьян Н. Г.	Культурология: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.4	Солонин Ю. Н.	Культурология: Учебник для вузов	М.: Издательство Юрайт, 2017	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Щеглова Л. В., Шипулина Н. Б., Саенко Н. Р.	Культурология. Единство и многообразие форм культуры: учебное пособие	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2015	1
Л2.2	Астафьева О.Н., Грушевицкая Т.Г., Садохин А.П.	Культурология. Теория культуры (3-е издание): учебное пособие	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015	1
Л2.3	Кефели И. Ф.	Культурология: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2016	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Денисова Т. Ю.	Мировой опыт художественной культуры в сфере рекламы и связей с общественностью: учебно-методическое пособие	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://www.gumfak.ru/filosof.shtml
Э2	http://sysres.isa.ru/vf/index/htm

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционная система Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
6.3.1.2	Доступ в сеть интернет, в т.ч. WI-FI

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	http://www.garant.ru Информационно-правовой портал Гарант.ру
6.3.2.2	http://www.consultant.ru/ Справочно-правовая система Консультант Плюс

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для предоставления учебной информации студентам.
-----	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



Выпуск учебной газеты

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития	
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	заочная	
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	180	Виды контроля на курсах: зачеты 2
в том числе:		
аудиторные занятия	16	
самостоятельная работа	160	
часов на контроль	4	

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рцд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	160	160	160	160
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	обеспечить освоение и развитие практических навыков выпуска тематической газеты: разработка концепции газеты, сбора и обработки информации, работы с текстами (рецензирование, редактирование), написание и редактирование собственных и газетных материалов; сформировать необходимые теоретические представления о роли журналиста в жизни общества и основах работы в творческом коллективе под общим проектом; приобрести профессиональные навыки работы с информацией, текстами и периодическими изданиями, а также сформировать осознанный выбор профессиональной поведенческой позиции в журналистике, ориентированной на общечеловеческие ценности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Русский язык и культура речи
2.1.2	История и актуальные проблемы отечественной и зарубежной журналистики
2.1.3	Словесное творчество
2.1.4	Корпоративная газета
2.1.5	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Копирайтинг
2.2.2	Основы связей с общественностью
2.2.3	Основы тележурналистики
2.2.4	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.2.5	Брендинг
2.2.6	Медиапланирование
2.2.7	Производственная практика, научно-исследовательская работа
2.2.8	Производственная практика, преддипломная
2.2.9	Производственная практика, преддипломная

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

ОПК-3: Владение базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга

Знать:

Уровень 1	основные понятия, теоретические концепции рекламного текста
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	создавать основные типы рекламных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания основных типов рекламных текстов
-----------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные понятия, теоретические концепции рекламного текста
3.2	Уметь:
3.2.1	создавать основные типы рекламных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания основных типов рекламных текстов

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Особенности журналистской работы.						

1.1	Виды журналистской деятельности. Структура редакции. Редакция и социальные связи. ланирование работы редакции. Редакционный процесс выпуска номера. Построение подборки новостей. Достоверность информации /Лек/	2	4	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
1.2	Виды журналистской деятельности. Структура редакции. Редакция и социальные связи. ланирование работы редакции. Редакционный процесс выпуска номера. Построение подборки новостей. Достоверность информации /Пр/	2	4	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
1.3	Виды журналистской деятельности. Структура редакции. Редакция и социальные связи. ланирование работы редакции. Редакционный процесс выпуска номера. Построение подборки новостей. Достоверность информации /Ср/	2	80	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1	0	
Раздел 2. Жанры журналистики							
2.1	Жанровое разнообразие - залог "нескучной газеты". Целевая аудитория издания. «Герой» в современной прессе. «Автор» в современной прессе /Лек/	2	2	ОПК-3	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л3.1	0	
2.2	Жанровое разнообразие - залог "нескучной газеты". Целевая аудитория издания. «Герой» в современной прессе. «Автор» в современной прессе /Пр/	2	6	ОПК-3	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л3.1	0	
2.3	Жанровое разнообразие - залог "нескучной газеты". Целевая аудитория издания. «Герой» в современной прессе. «Автор» в современной прессе /Ср/	2	80	ОПК-3	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л3.1	0	
2.4	/Зачёт/	2	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, контрольная работа, эссе

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Ворошилов В. В.	Современная пресс-служба	СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2005	13

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.2	Тертычный А. А.	Аналитическая журналистика: допущено УМО по классическому университетскому образованию в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика"	Москва: Аспект Пресс, 2013	15
Л1.3	Белинский В. Г.	Журналистика	Москва: Лань, 2013	1
Л1.4	Корконосенко С. Г.	Теория журналистики. Моделирование и применение: Учебное пособие	Москва: Логос, 2013	1
Л1.5	Коханова Л. А.	Основы теории журналистики в 2 ч. Ч. 2: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.6	Шостак М. И.	Новостная журналистика. Новости прессы: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Тертычный А. А.	Жанры периодической печати: Учебное пособие для вузов	Москва: Аспект Пресс, 2014	1
Л2.2	Баранова Е. А.	Конвергентная журналистика. Теория и практика: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.3	Свитич Л. Г.	Социология журналистики: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.4	Евдокимов В. А.	Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014	1
Л2.5	Баранова Е. А.	Конвергентная журналистика как новая модель для медиабизнеса	Москва: Вузовский учебник, 2015	1
Л2.6	Солдаткина Я. В.	Современная словесность: актуальные тенденции в русской литературе и журналистике: Монография	Москва: Московский педагогический государственный университет, 2015	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Грехова И. П., Мамкина Т. М., Меренков В. А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030301.65 "Психология служебной деятельности", квалификации "Специалист"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://pr-club.com/ Международный пресс-клуб			
Э2	http://www.press-service.ru – «Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью			
Э3	Конкурс на получение премии в области связей с общественностью Режим доступа: http://www.pr-proba.ru			
Э4	Советник. Популярный сайт о PR. Режим доступа: www.sovetnik.ru			
Э5	Федеральный закон «О рекламе». Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». Точка доступа: http://www.consultant.ru/popular/advert			

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;			
6.3.1.2	браузеры			
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013			

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	http://www.garant.ru Информационно-правовой портал Гарант.ру			
6.3.2.2	http://www.consultant.ru/ Справочно-правовая система Консультант Плюс			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

Е.В. Коновалова

22 июля 2017 г., протокол УС №6.

Русский язык и культура речи рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Лингвистики и переводоведения	
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	заочная	
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	108	Виды контроля на курсах: экзамены 1
в том числе:		
аудиторные занятия	16	
самостоятельная работа	83	
часов на контроль	9	

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	I		Итого	
	уп	ипд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	83	83	83	83
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Познакомить с нормами современного русского литературного языка; формировать умения использования литературных норм в устной и письменной речи; знакомить с современными лингвистическими словарями разных типов; вырабатывать умения пользования словарями и применения содержащейся в них информации с целью создания и редактирования текстов; обучать приемам создания текстов разных функциональных стилей; обучать приемам работы с учебными и научными текстами: конспектирование, цитирование, аннотирование, реферирование.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ОД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Входные знания учащихся состоят из базовых сведений по современному языку: имеются в виду основные знания в области фонетики, лексикологии и фразеологии, грамматики и стилистики.	
2.1.2	Русский язык и культура речи	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Словесное творчество	
2.2.2	Учебная практика, по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	
2.2.3	Выпуск учебной газеты	
2.2.4	Копирайтинг	
2.2.5	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью	
2.2.6	Стилистика и литературное редактирование	
2.2.7	Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью	
2.2.8	Брендинг	
2.2.9	Теория и практика массовой информации	
2.2.10	Аспекты операторского искусства	

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

ОК-5: Способность к коммуникации в устной и письменной формах в русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Знать:

Уровень 1	Материал усвоен менее чем наполовину, при ответе на теоретический вопрос допускаются грубые ошибки, практическое задание выполняется с существенными ошибками
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	При ответе наблюдаются грубые речевые ошибки, ответ неполный, не усвоены правила устной и письменной речевой нормы
-----------	--

Владеть:

Уровень 1	Допускаются речевые ошибки, отмечается неумение строить коммуникативную ситуацию и ориентироваться в ней
-----------	--

ОПК-3: Владение базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга

Знать:

Уровень 1	Материал усвоен менее чем наполовину, при ответе на теоретический вопрос допускаются грубые ошибки, практическое задание выполняется с существенными ошибками
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	При ответе наблюдаются грубые речевые ошибки, ответ неполный, не усвоены правила устной и письменной речевой нормы
-----------	--

Владеть:

Уровень 1	Допускаются речевые ошибки, отмечается неумение строить коммуникативную ситуацию и ориентироваться в ней
-----------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	
3.1.2	• жанры разных стилей;

3.1.3	• основные жанры делового общения;
3.1.4	• структуру формуляра и состав реквизитов орд, виды деловых писем;
3.1.5	лингвистические и психолингвистические основы публичного выступления
3.2	Уметь:
3.2.1	• составлять жанры разных стилей;
3.2.2	• составлять основные жанры делового общения;
3.2.3	• составлять различные виды деловых писем;
3.2.4	• применять знания при написании публичного выступления
3.3	Владеть:
3.3.1	• методикой подготовки и анализа публичного выступления, навыками публичного выступления

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	Язык как система. Структура национального языка /Лек/	1	1	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.2	Язык как система. Структура национального языка /Пр/	1	1	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.3	Язык как система. Структура национального языка /Ср/	1	11	ОК-5 ОПК-3	Л1.4 Л1.5 Л2.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.4	Понятие нормы. Источники норм. Историческая изменчивость нормы. Типы норм в русском языке /Лек/	1	1	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.5	Понятие нормы. Источники норм. Историческая изменчивость нормы. Типы норм в русском языке /Пр/	1	3	ОК-5 ОПК-3	Л1.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.6	Понятие нормы. Источники норм. Историческая изменчивость нормы. Типы норм в русском языке /Ср/	1	10	ОК-5 ОПК-3	Л1.2 Л2.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.7	Основные нормы русского литературного языка /Лек/	1	2	ОК-5 ОПК-3	Л1.4 Л2.3 Л3.1	0	
1.8	Основные нормы русского литературного языка /Пр/	1	4	ОК-5 ОПК-3	Л1.5 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.9	Основные нормы русского литературного языка /Ср/	1	30	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.10	Функциональные стили /Лек/	1	1	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.11	Функциональные стили /Пр/	1	1	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	

1.12	Функциональные стили /Ср/	1	20	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.13	Основные качества образцовой речи. Культура устной и письменной речи. Невербальное общение /Лек/	1	1	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.14	Основные качества образцовой речи. Культура устной и письменной речи. Невербальное общение /Пр/	1	1	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.15	Основные качества образцовой речи. Культура устной и письменной речи. Невербальное общение /Ср/	1	12	ОК-5 ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.5 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.16	/Экзамен/	1	9			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос на занятиях, устный опрос на экзамене

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Выходцева И.С., Любезнова Н.В.	Русский язык и культура речи: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2016	1
Л1.2	Солганик Г. Я.	Русский язык и культура речи: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.3	Голубева А. В.	Русский язык и культура речи. Практикум: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.4	Черняк В. Д.	Русский язык и культура речи. Практикум. Словарь: Учебно-практическое пособие	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.5	Максимов В. И.	Русский язык и культура речи: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Введенская Л. А., Павлова Л. Г., Кашаева Е. Ю.	Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов для бакалавров и магистрантов	Ростов-на-Дону: Феникс, 2014	2
Л2.2	Голуб И. Б.	Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по дисциплине "Русский язык и культура речи"	Москва: Логос, 2015	20

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.3	Горовая И.Г.	Русский язык и культура речи: учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Степанова Е. Н.	Методическая разработка к практическим занятиям для преподавателя и студентов по дисциплине «Русский язык и культура речи»: Учебно-методическое пособие	Самара: РЕАВИЗ, 2009	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети'Интернет''

Э1	Образовательные ресурсы Интернета – русский язык [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (дата обращения: 23.06.2016)			
Э2	DisserCat – электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: tp://www.dissercat.com/catalog/psikhologicheskie-nauki (дата обращения: 23.06.2016).			

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, Google Chrome)			
6.3.1.2	Программы для демонстрации создания презентаций (например, Microsoft Power Point)			

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	http://www.garant.ru Информационно-правовой портал Гарант.ру			
6.3.2.2	http://www.consultant.ru/ Справочно-правовая система Консультант Плюс			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	1.	Медиа-проектор.
7.2	2.	Ноутбук.
7.3	3.	Переносный экран.
7.4	4.	Учебные фильмы.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



Основы маркетинга

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой

Учебный план bz420301-ССО-17-1.plz.xml
Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	108
в том числе:	
аудиторные занятия	14
самостоятельная работа	90
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:
зачеты 2

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	ипд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	90	90	90	90
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование и усвоение студентами знаний, умений и навыков в области основ маркетинга
1.2	при решении профессиональных задач исходя из потребностей рынка труда на производственных и сервисных предприятиях, негосударственных, коммерческих и общественных организациях, государственных органов и учреждений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Основы теории коммуникации
2.1.2	Межкультурная коммуникация
2.1.3	Корпоративная культура
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
2.2.2	Производственная практика, по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
2.2.3	Бизнеспланирование
2.2.4	Брендинг
2.2.5	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОК-3: Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности**

Знать:	
Уровень 1	Студент обнаруживает знание и понимание основных понятий, социально-экономических категорий, принципов, целей, концепций управления маркетинга, характеристик рынка, услуг, групп потребителей; знает методы сбора, анализа маркетинговой информации; роль маркетинга в развитии рыночной экономики и ее потребностях, маркетинговых коммуникаций в различных сферах жизнедеятельности
Уметь:	
Уровень 1	Студент легко ориентируется в маркетинговых понятиях; умеет проводить маркетинговые исследования рынка, выбирать целевые группы потребителей; формировать рыночные потребности потребителей; умеет адекватно применять полученные знания, маркетинговую информацию при анализе факторов внешней и внутренней среды организации, в различных сферах жизнедеятельности
Владеть:	
Уровень 1	Студент владеет полно маркетинговой терминологией, навыками работы с маркетинговой информацией, сбора, обработки маркетинговых данных для использования в различных сферах жизнедеятельности. Допущенные ошибки исправляются самим студентом после дополнительных вопросов экзаменатора

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	роль маркетинга в экономическом развитии страны;
3.1.2	сущность и содержание основных понятий, социально-экономических категорий маркетинга, маркетинговой концепции управления;
3.1.3	основные характеристики рынка; услуг; групп потребителей;
3.1.4	методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации;
3.1.5	основы маркетинговых коммуникаций
3.2	Уметь:
3.2.1	оперировать маркетинговыми понятиями и категориями; выбирать целевые сегменты рынков;
3.2.2	анализировать факторы внешней и внутренней среды организации;
3.2.3	проводить маркетинговые исследования товарного рынка;
3.2.4	формировать рыночные потребности покупателей;
3.2.5	применять маркетинговую информацию в различных сферах жизнедеятельности
3.3	Владеть:
3.3.1	маркетинговой терминологией; навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации для использования в различных сферах жизнедеятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга. Рынок и его характеристики						
1.1	/Лек/	2	1	ОК-3	Л1.1 Л1.4 Л2.1 Л3.3	0	
1.2	/Пр/	2	1	ОК-3	Л1.3 Л2.5 Л3.1	0	
1.3	/Ср/	2	8	ОК-3	Л1.2 Л2.4 Л3.1	0	
	Раздел 2. Потребительские рынки. Модель поведения потребителей. Сегментация рынка						
2.1	/Лек/	2	1	ОК-3	Л1.1 Л1.4 Л2.1 Л3.1	0	
2.2	/Пр/	2	1	ОК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.3 Л3.3	0	
2.3	/Ср/	2	10	ОК-3	Л1.3 Л2.4 Л3.4	0	
	Раздел 3. Маркетинговая среда предприятия						
3.1	/Лек/	2	1	ОК-3	Л1.1 Л1.5 Л2.1 Л3.3	0	
3.2	/Пр/	2	1	ОК-3	Л1.3 Л2.2 Л3.1	0	
3.3	/Ср/	2	10	ОК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.5 Л3.4	0	
	Раздел 4. Маркетинговые исследования. Система маркетинговой информации						
4.1	/Лек/	2	1	ОК-3	Л1.1 Л1.4 Л2.1 Л3.1	0	
4.2	/Пр/	2	1	ОК-3	Л1.2 Л2.3 Л3.3	0	
4.3	/Ср/	2	12	ОК-3	Л1.3 Л2.5 Л3.4	0	
	Раздел 5. Товарная политика. маркетинговые стратегии						
5.1	/Лек/	2	1	ОК-3	Л1.1 Л1.4 Л2.1 Л3.3	0	
5.2	/Пр/	2	1	ОК-3	Л1.5 Л2.4 Л3.2	0	
5.3	/Ср/	2	10	ОК-3	Л1.2 Л2.3 Л3.2	0	
	Раздел 6. Сбытовая политика предприятия. Ценообразование в маркетинге						
6.1	/Лек/	2	1	ОК-3	Л1.1 Л1.5 Л2.1 Л3.1	0	
6.2	/Пр/	2	1	ОК-3	Л1.3 Л2.2 Л3.2	0	
6.3	/Ср/	2	8	ОК-3	Л1.2 Л2.5 Л3.3	0	
	Раздел 7. Маркетинговые коммуникации						
7.1	/Пр/	2	1	ОК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.4 Л3.4	0	
7.2	/Ср/	2	16	ОК-3	Л1.1 Л1.3 Л2.2 Л3.4	0	

	Раздел 8. Организация и контроль маркетинговой деятельности. Маркетинг услуг						
8.1	/Пр/	2	1	ОК-3	Л1.1 Л1.3 Л2.2 Л3.3	0	
8.2	/Ср/	2	16	ОК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.5 Л3.4	0	
	Раздел 9. Зачет						
9.1	/Зачёт/	2	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устные вопросы к зачету; вопросы и задания к контрольной работе, к письменным заданиям; тесты; задания для ситуационных задач; устный опрос на зачете

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Котлер Ф.	Основы маркетинга: краткий курс	Москва [и др.]: Вильямс, 2014	1
Л1.2	Мазилкина Е.И.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание): учебник	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017	1
Л1.3	Реброва Н. П.	Основы маркетинга: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.4	Карпова С. В.	Основы маркетинга: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.5	Егоров Ю. Н.	Основы маркетинга: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Котлер Ф., Келлер К. Л.	Маркетинг менеджмент	Москва [и др.]: Питер, 2017	18
Л2.2	Соколова Н.Г.	Основы маркетинга: практикум	Саратов: Вузовское образование, 2016	1
Л2.3	Бердышев С.Н.	Информационный маркетинг (2-е издание): практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017	1
Л2.4	Карпова С. В.	Основы маркетинга. Практикум: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.5	Смирнов К. А., Никитина Т. Е.	Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.1	Пилипенко Н. Н., Татарский Е. Л.	Основы маркетинга: учебно-методическое пособие	М.: Дашков и Кш, 2008	5
ЛЗ.2	Мартьянова Д. Ю., Исаков А. К., Гузьяева М. Ю.	Организация коммерческой деятельности: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2012	1
ЛЗ.3	Кузнецова Л. В., Черкасова Ю. Ю.	Основы маркетинга: Учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2011	1
ЛЗ.4	Пономарева А. М.	Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО□, 2016	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (материалы по методам исследования рынка, планированию в маркетинге и его инструментам, организации маркетинга, конкурентоспособности, товарной и ценовой политике, поведению потребителей, формированию спроса и стимулированию сбыта, рекламной деятельности и PR, вопросам международного маркетинга)
Э2	Электронная библиотека деловой литературы ИД «Гребенников» (Электронная библиотека статей по маркетингу, менеджменту, финансам и управлению персоналом)
Э3	Журнал «Маркетинг PRO» (Журнал рассказывает обо всех новых маркетинговых технологиях, которые появляются в России, о том, как сегодня создаются бренды-лидеры и продукты-блокбастеры. Журнал первым замечает новые тренды и показывает то, каким будет маркетинг завтра).
Э4	"4r.ru" - Электронный журнал о маркетинге, теории и практике рекламного дела. Содержит материалы о результатах маркетинговых и рекламных исследований, информацию о работе рекламных фирм, PR- технологиях, интернет-рекламе и др.

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, Google Chrome)
6.3.1.2	Программы для демонстрации создания презентаций (например, Microsoft Power Point)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Справочные информационные правовые базы: «Гарант», «Консультант», «Консультант-регион»
---------	--

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для предоставления учебной информации студентам. Оснащены переносными комплектами мультимедийного оборудования, компьютерами с доступом в Интернет, к поисковым системам.
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Физической культуры	
Учебный план	bz420301-CCO-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	заочная	
Общая трудоемкость	0 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	328	Виды контроля на курсах: зачеты 2
в том числе:		
аудиторные занятия	8	
самостоятельная работа	316	
часов на контроль	4	

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		2		Итого	
	уп	мд	уп	мд		
Лекции			2	2	2	2
Практические	4	4	2	2	6	6
Итого ауд.	4	4	4	4	8	8
Контактная работа	4	4	4	4	8	8
Сам. работа	192	192	124	124	316	316
Часы на контроль			4	4	4	4
Итого	196	196	132	132	328	328

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины «Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)» является приобретение практического опыта применения разнообразных средств и методов физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к полноценной социальной и профессиональной деятельности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б4
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Базовый уровень знаний по учебным предметам старшей школы «Физическая культура», «Основы безопасности жизнедеятельности»	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Физическая культура и спорт	

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

ОК-8: Способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Знать:

Уровень 1	Студент знает на достаточном уровне знает: – основы физической культуры и спорта, понимает и осознает роль оздоровительной и прикладной физической культуры, кондиционной и спортивной тренировки в развитии личности, обеспечении полноценной социальной и профессиональной деятельности; – правила и способы планирования индивидуальных тренировочных занятий различной целевой направленности.
-----------	--

Уметь:

Уровень 1	Студент на достаточном уровне умеет самостоятельно использовать средства и методы физической культуры и спорта для развития психофизического потенциала для успешного выполнения социально-профессиональных ролей и достижения личных жизненных и профессиональных целей.
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	Студент обладает достаточным опытом применения оздоровительных, кондиционных и спортивных технологий для решения профессиональных и личностных целей и задач.
-----------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:						
3.1.1	– основы физической культуры и спорта, понимает и осознает роль оздоровительной и прикладной физической культуры, кондиционной и спортивной тренировки в развитии личности, обеспечении полноценной социальной и профессиональной деятельности;						
3.1.2	– правила и способы планирования индивидуальных тренировочных занятий различной целевой направленности.						
3.1.3							
3.2	Уметь:						
3.2.1	самостоятельно использовать средства и методы физической культуры и спорта для развития психофизического потенциала для успешного выполнения социально-профессиональных ролей и достижения личных жизненных и профессиональных целей.						
3.3	Владеть:						
3.3.1	опытом применения оздоровительных, кондиционных и спортивных технологий для решения профессиональных и личностных целей и задач.						

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	Основы техники выполнения физических упражнений в различных видах двигательной активности /Ср/	1	92	ОК-8	Л1.1 Л1.3 Л2.1 Л2.5 Л3.4	0	

1.2	Основы техники выполнения физических упражнений в различных видах двигательной активности /Пр/	1	2	ОК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Л3.4 Л3.7 Л3.8 Л3.9	0	
1.3	Общая физическая подготовка /Пр/	1	2	ОК-8	Л1.1 Л2.3 Л3.4 Л3.9	0	
1.4	Общая физическая подготовка /Ср/	1	100	ОК-8	Л1.3 Л2.3	0	
Раздел 2.							
2.1	Технико-тактическая, общая и специальная физическая подготовка в избранном виде спорта (виде двигательной активности) /Пр/	2	2	ОК-8	Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.2 Л3.5 Л3.6 Л3.10	0	
2.2	Технико-тактическая, общая и специальная физическая подготовка в избранном виде спорта (виде двигательной активности) /Ср/	2	118	ОК-8	Л1.1 Л1.3 Л2.3 Л3.3 Л3.4 Л3.5	0	
2.3	Организация и методика проведения соревнований в избранном виде спорта (виде двигательной активности) /Ср/	2	6	ОК-8	Л1.4 Л1.5 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л3.2 Л3.3 Л3.5 Л3.6 Л3.10	0	
2.4	Основы профессионально-прикладной физической подготовки (ОПГ, СМГ, АФВ) /Лек/	2	2	ОК-8	Л1.1 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л3.4	0	
2.5	/Зачёт/	2	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Отчет по выполнению заданий в рабочей тетради по учебной дисциплине

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Барчуков И. С., Назаров Ю. Н., Кикоть В. Я., Барчуков И. С., Кикоть В. Я.	Физическая культура и физическая подготовка: Учебник	Москва: ЮНИТИ -ДАНА, 2012	1
Л1.2	Пшеничников А. Ф.	Физическая культура студента. (Методико-практические занятия): Учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный архитектурно- строительный университет, ЭБС АСВ, 2012	1
Л1.3	Кислицын Ю. Л., Побыванец В. С., Бурмистров В. Н.	Физическая культура и спорт в социально-биологической адаптации студентов: Справочное пособие	Москва: Российский университет дружбы народов, 2013	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.4	Клишина Г. А., Кан Н. Б., Пешкова Н. В.	Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту элективная дисциплина "Волейбол": учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2016	1
Л1.5	Кан Н. Б.	Игровой метод в совершенствовании двигательных умений и навыков по различным видам спорта: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2012	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Раменская Т. И, Баталов А. Г	Лыжный спорт: учебник	М.: Флинта, 2004	44
Л2.2	Кабачков В. А., Полиевский С. А., Буров А. Э.	Профессиональная физическая культура в системе непрерывного образования студентов: Учебное пособие	Москва: Советский спорт, 2010	1
Л2.3	Бомин В. А., Сухинина К. В.	Здоровьесберегающие технологии в сохранении и формировании здоровья студентов: Учебно-методическое пособие	Иркутск: Иркутский филиал Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодёжи и туризма, Иркутская государственная сельскохозяйственная академия, 2011	1
Л2.4	Башмаков В. П.	Педагогические и медицинские аспекты занятий физической культурой со студентами специальной медицинской группы: Учебно-методическое пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2011	1
Л2.5	Гелецкая Л. Н.	Физическая культура студентов специального учебного отделения	Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Мальков М. Н., Снигирев А. С., Стрельцов В. А., Иванова Н. Л.	Начальный курс обучения настольному теннису: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010	10
Л3.2	Ахтемзянова Н. М.	Оздоровительная аэробика: учебно-методическое пособие	Сургут: Спектр лайф, 2011	88
Л3.3	Апокин В. В.	Прикладное плавание: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2012	62
Л3.4	Кан Н. Б., Пешкова Н. В.	Основы организации и проведения релаксационной и дыхательной гимнастики: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2013	42

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.5	Смирнов А. А.	Мини-футбол в вузе: учебное пособие	Москва: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2007	1
ЛЗ.6	Валетов М.Р., Наумова Н.П., Сморозин В.В.	Настольный теннис в практике физического воспитания студентов вузов: учебно-методическое пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2005	1
ЛЗ.7	Пешкова Н. В., Пешков А. А.	Проектная форма организации образовательного процесса по физической культуре в вузе (на примере учебного курса по лыжной подготовке): (на примере учебного курса по лыжной подготовке)	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2008	1
ЛЗ.8	Алькова С. Ю., Стрельцов В. А., Талалаева Л. Ю., Базилевич М. В.	Организация учебных занятий по физической культуре с учетом субъектного опыта студентов (на примере начального курса по баскетболу): учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010	1
ЛЗ.9	Шутова М. В., Апокин В. В., Родионов В. А.	Проектная форма организации учебного процесса по физической культуре в вузе (на примере учебного курса по плаванию): учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010	1
ЛЗ.10	Маштакова М. Н., Салахов И. М.	Методика занятий женской атлетической гимнастикой: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2011	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Официальный сайт Министерства спорта Российской Федерации https://www.minsport.gov.ru/
Э2	Информационный сайт по физической культуре и спорту http://www.fizkult-ura.ru/
Э3	Журнал "Культура физическая и здоровье" http://kultura-fz.vspu.ac.ru/
Э4	Всероссийский портал ВФСК ГТО https://gto.ru/

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
---------	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Гарант (информационно-правовой портал) http://www.garant.ru/
6.3.2.2	Консультат-плюс http://www.consultant.ru/
6.3.2.3	

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Аудитория, оснащенная мультимедийной техникой и ноутбуком. Обрудование для проведения методико-практических занятий: весы электронные, ростомер, секундомеры, пульсометры, динамометры, спирометры, тонометры.
-----	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2	
-----------------------------	--

**Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"**



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

Е.В. Коновалова

22 июня 2017 г., протокол УС №6

Имиджелогия

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108
в том числе:	
аудиторные занятия	16
самостоятельная работа	88
часов на контроль	4
	Виды контроля на курсах: зачеты 4

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
	уп	рид		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	88	88	88	88
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать знание и навыки использования на практике принципов, стратегий и технологий формирования индивидуального и профессионального имиджа, представления о структуре, функциях и генезисе индивидуального и профессионального имиджа
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.1
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Психология общения и принципы ведения переговоров
2.1.2	Межкультурная коммуникация
2.1.3	Корпоративная культура
2.1.4	Основы связей с общественностью
2.1.5	Копирайтинг
2.1.6	Психология управления
2.1.7	Социальная психология
2.1.8	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе
2.1.9	Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
2.2.3	Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур
2.2.4	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе
2.2.5	Репутация организации
2.2.6	Брендинг
2.2.7	Производственная практика, преддипломная

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

ОК-6: Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Знать:

Уровень 1	Студент уверенно, логично и аргументировано выстраивает ответ демонстрирующий глубокие и осознанные знания основных понятий и этапов становления имиджологии; структуры, генезиса, стратегий и технологий формирования имиджа человека, компании, товара и территории; методов и этапов формирования имиджа группы и имиджа компании как средства поддержания позитивного климата; технологии психологического воздействия имиджа на индивида и организацию взаимодействия в коллективе с учетом социальных, этнических и культурных различий. Свободно анализирует символические характеристики имиджа, и владеет технологиями формирования персонального и профессионального имиджа, имиджа товара, компании и территории. Ответ отличается глубиной понимания причинно-следственных связей, систематизированностью знаний.
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	Студент умеет верно анализировать, использовать различные символические средства имиджа, учитывать социальные, этнические и культурные особенности в процессе формирования индивидуального, профессионального имиджа человека, имиджа товара и компании. Студент умеет разрабатывать модели профессионального имиджа, имиджа товара, компании; выделять критерии оценки эффективности формирования имиджа
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	В своем ответе студент демонстрирует уверенное и осознанное владение основными понятиями, средствами и технологиями формирования индивидуального, профессионального и имиджа группы, товара, компании и территории с учетом социальных, этнических и культурных различий; приемами составления рекомендаций по профилактике неконструктивного использования имиджа при взаимодействии, созданию и поддержанию психологического климата; системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе, приемами и навыками толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных и конфессиональных различий к работе в коллективе. Ответ отличается глубиной понимания причинно-следственных связей, систематизированностью знаний
-----------	--

ПК-8: Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	
Знать:	
Уровень 1	Студент уверенно, логично и аргументировано выстраивает ответ, демонстрирующий глубокие и осознанные знания основных понятий и этапов становления имиджологии; структуры, генезиса, стратегий и технологий формирования имиджа компании, товара и территории; методов и этапов формирования имиджа группы и имиджа компании как средства поддержания позитивного климата; технологии психологического воздействия имиджа на индивида и организацию взаимодействия в коллективе с учетом социальных, этнических и культурных различий. Свободно анализирует символические характеристики имиджа, и владеет технологиями формирования имиджа товара, компании и территории. Ответ отличается глубиной понимания причинно-следственных связей, систематизированностью знаний.
Уметь:	
Уровень 1	Студент умеет верно анализировать, использовать различные символические средства имиджа, учитывать социальные, этнические и культурные особенности в процессе формирования индивидуального, профессионального имидж человека, имиджа товара и компании. Студент умеет разрабатывать модели профессионального имиджа, имиджа товара, компании; разрабатывать миссию, философию, элементы фирменного стиля, модель позиционирования и продвижения товара, компании и территории с учетом потребностей аудитории; выделять критерии оценки эффективности формирования имиджа.
Владеть:	
Уровень 1	В своем ответе студент демонстрирует уверенное и осознанное владение основными понятиями, средствами и технологиями формирования индивидуального, профессионального и имиджа группы, товара, компании и территории с учетом социальных, этнических и культурных различий; приемами составления рекомендаций по профилактике неконструктивного использования имиджа при взаимодействии, созданию и поддержанию психологического климата; системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе, приемами и навыками толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных и конфессиональных различий к работе в коллективе. Ответ отличается глубиной понимания причинно-следственных связей, систематизированностью знаний

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- общую модель символической имиджевой коммуникации в современном обществе;
3.1.2	- основные понятия, методы и этапы формирования имиджа группы и имиджа компании как средства поддержания позитивного климата;
3.1.3	- основные механизмы, технологии психологического воздействия имиджа на индивида и организацию взаимодействия в коллективе с учетом социальных, этнических и культурных различий;
3.1.4	основные понятия имиджологии; этапы становления имиджологии как прикладной дисциплины;
3.1.5	- структуру, генезис, стратегии и технологии формирования имиджа человека, компании, товара и территории
3.2	Уметь:
3.2.1	- анализировать, использовать различные символические средства имиджа и учитывать социальные, этнические и культурные особенности в процессе формирования индивидуального, профессионального имидж человека, имиджа товара и компании;
3.2.2	- разрабатывать модели профессионального имиджа политика и телеведущего, имиджа товара, компании;
3.2.3	- разрабатывать миссию, философию, элементы фирменного стиля товара, компании и территории с учетом потребностей аудитории;
3.2.4	- разрабатывать модель позиционирования, продвижения и рекламы профессионального имиджа, имиджа товара, компании и территории;
3.2.5	- определять критерии оценки эффективности формирования персонального имиджа, имиджа товара, компании и территории
3.3	Владеть:
3.3.1	- основными понятиями, средствами и технологиями формирования индивидуального, профессионального и имиджа группы, товара, компании и территории с учетом социальных, этнических и культурных различий;
3.3.2	- приемами составления рекомендаций по профилактике неконструктивного использования имиджа при взаимодействии, созданию и поддержанию психологического климата,
3.3.3	- приемами и навыками толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных и конфессиональных различий к работе в коллективе;
3.3.4	- системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе и позволяющих преодолевать этноцентризм в будущей профессиональной деятельности;
3.3.5	- исследовать и анализировать актуальный персональный, профессиональный, корпоративный имидж и имидж территории;

3.3.6	- стратегиями, технологиями и процедурами формирования профессионального, группового, корпоративного и территориального имиджа;
3.3.7	- навыками оценки эффективности формирования персонального имиджа, имиджа товара, компании и территории

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Основы имиджелогии						
1.1	Персональный имидж: структура, генезис, функция и технологии формирования /Лек/	4	2	ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.7 Л2.1 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
1.2	Персональный имидж: структура, генезис, функция и технологии формирования /Пр/	4	6	ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.7 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
1.3	Персональный имидж: структура, генезис, функция и технологии формирования /Ср/	4	30	ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.7 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
	Раздел 2. Профессиональный имидж						
2.1	Формирование профессионального имиджа /Лек/	4	2	ОК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.7 Л2.2 Л2.3 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
2.2	Формирование профессионального имиджа /Пр/	4	2	ОК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.7 Л2.2 Л2.3 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
2.3	Формирование профессионального имиджа /Ср/	4	30	ОК-6 ПК-8	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.7 Л2.2 Л2.3 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
	Раздел 3. Имидж группы, компании, товара и территории						
3.1	Имидж группы, компании, товара и территории: структура, генезис, функция и технологии формирования /Лек/	4	2	ОК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.6 Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л3.3	0	
3.2	Имидж группы, компании, товара и территории: структура, генезис, функция и технологии формирования /Пр/	4	2	ОК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.6 Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л3.3	0	

3.3	Имидж группы, компании, товара и территории: структура, генезис, функция и технологии формирования /Ср/	4	28	ОК-6 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.6 Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л3.3	0	
3.4	/Зачёт/	4	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Творческое задание

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Связи с общественностью: Теория и практика	М.: Дело, 2003	12
Л1.2	Рожков И. Я., Кисмерешкин В. Г.	Бренды и имиджи: страна. Регион, город. Отрасль. Предприятие. Товары, услуги.	М.: РИП-холдинг, 2006	10
Л1.3	Шепель В. М.	Имиджелогия. Секреты личного обаяния	М.: Культура и спорт; "ЮНИТИ", 1997	3
Л1.4	Бодуан Ж.-П.	Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство: [Учебное пособие]	М.: ИМИДЖ-Контакт, 2001	3
Л1.5	Панасюк А. Ю.	Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники	М.: Омега-Л, 2008	3
Л1.6	Шарков Ф. И.	Имидж фирмы: технологии управления: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью"	М.: Академический проект, 2006	10
Л1.7	Чуланова О. Л.	Имиджелогия: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательство СурГУ, 2007	91

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Почепцов Г. Г.	Имиджелогия	М.: Рефл-бук, 2006	1
Л2.2	Почепцов Г. Г.	Имидж & выборы. Имидж политика, партии, президента	Киев: АДЕФ-Украина, 1997	2
Л2.3	Беленко В. Е., Беленко М. П.	Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации: Учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2010	1
Л2.4	Горчакова В.Г.	Имиджелогия. Теория и практика: учебное пособие	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015	1
Л2.5	Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.	Имиджелогия (3-е издание): учебное пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017	1
Л2.6	Селентьева Д. О.	Политическая имиджелогия: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.7	Кошлякова М. О.	Имиджелогия. Вербализация имиджа: Методические указания по выполнению самостоятельной работы для студентов, обучающихся по специальности 230500 Социально-культурный сервис и туризм	Москва: ГОУВПО "МГУС", 2005	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.8	Горчакова В. Г.	Имиджелогия. Теория и практика	Москва: Издательство "ЮНИТИ- ДАНА", 2012	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Плеханова Н. П.	Психология индивидуального имиджа: учебное пособие для студентов факультета психологии	Сургут: Издательство СурГУ, 2006	52
Л3.2	Плеханова Н. П.	Психология индивидуального имиджа. Мужской имидж: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010	44
Л3.3	Плеханова Н. П.	Имиджелогия: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2013	53

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://pr-club.com/ международный пресс-клуб
Э2	http://www.dslib.net/free/psixologia.html каталог бесплатных авторефератов и диссертаций
Э3	http://www.lib.surgu.ru/abis.php БД Сургутский Государственный университет «Книги»
Э4	http://www.lib.surgu.ru/abis.php БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания»

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;
6.3.1.2	браузеры
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	http://www.garant.ru Информационно-правовой портал Гарант.ру
6.3.2.2	http://www.consultant.ru/ Справочно-правовая система Консультант Плюс

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2	
-----------------------------	--

**Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"**



Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития
Учебный план	bz420301-CCO-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108
в том числе:	
аудиторные занятия	16
самостоятельная работа	88
часов на контроль	4
	Виды контроля на курсах: зачеты 4

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
	уп	рпд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	88	88	88	88
Части на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать комплексное представление о рекламе и связях с общественностью в деятельности государственных структур, что предполагает: получение базовых знаний в области теоретических основ рекламного дела, его истории и перспектив в деятельности государственных структур; понимание целей и задач рекламной деятельности в деятельности государственных структур; получение системного комплекса знаний о маркетинговых коммуникациях и их роли в достижении целей в деятельности государственных структур; определение места и роли рекламы и связей с общественностью в системе государственных структур, включая новейшие коммуникационные средства и методы; и способностей реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; усвоение студентами системы знаний в области технологий рекламы и связей с общественностью и их применение в деятельности государственных структур.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.1
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Основы теории коммуникации
2.1.2	Корпоративная культура
2.1.3	Корпоративная газета
2.1.4	Спонсоринг и фандрайзинг
2.1.5	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.1.6	Основы связей с общественностью
2.1.7	Основы маркетинга
2.1.8	Теория и практика рекламы
2.1.9	Социальная психология
2.1.10	Психология управления
2.1.11	Психология массовых коммуникаций
2.1.12	Конфликтология
2.1.13	Имиджелогия
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
2.2.3	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе
2.2.4	Репутация организации
2.2.5	Брендинг
2.2.6	Производственная практика, научно-исследовательская работа

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОК-7: Способность к самоорганизации и самообразованию****Знать:**

Уровень 1	Студент полно, систематизировано и аргументированно излагает материал, описывающий основные методы и техники самоорганизации и самообразования; понятия, историю, возможности связи с общественностью и реклама в деятельности государственных структур; цели, технологии, функции и результаты воздействия рекламы; элементарные операции PR и рекламы в деятельности государственных структур; формы подачи новостных материалов и основные каналы PR-коммуникации и распространения рекламы, значимые при работе в государственных структурах.
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	Студент умеет использовать психологические приемы самоорганизации и самообразования; планировать, реализовывать и оценивать результаты социологические исследования аудитории для целей PR и рекламы; проектную деятельность в рекламе и связях с общественностью в деятельности государственных структур; разрабатывать тактические мероприятия по достижению рекламных и PR-целей и выбирать оптимальные средства и методы рекламирования и продвижения в деятельности государственных структур
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	Студент демонстрирует свободное владения навыками использования различных приемов самоорганизации и самообразования; основными коммуникация и распространение информации в деятельности государственных структур; навыки стратегического и оперативного планирования рекламных и PR-мероприятий и способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в
-----------	--

	деятельности государственных структур; базовыми навыками руководства, проектирования, планирования, подготовки и реализации рекламных и PR-кампаний и мероприятий в деятельности государственных структур; способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы; навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных структур
--	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- основные методы и техники самоорганизации и самообразования;
3.1.2	- определение рекламы и связей с общественностью и их роль в деятельности государственных структур;
3.1.3	- основные цели, функции и результаты воздействия рекламы;
3.1.4	- особенности использования рекламы и связей с общественностью в деятельности государственных структур
3.2	Уметь:
3.2.1	- использовать психологические приемы самоорганизации и самообразования;
3.2.2	- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в деятельности государственных структур;
3.2.3	- выбирать оптимальные средства и методы рекламирования и продвижения в деятельности государственных структур;
3.2.4	- планировать и реализовывать рекламную и PR-кампанию;
3.2.5	- оценивать эффективность рекламных и PR-мероприятий
3.3	Владеть:
3.3.1	- использования различных приемов самоорганизации и самообразования;
3.3.2	- общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных структур;
3.3.3	- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в деятельности государственных структур;
3.3.4	- способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. PR и реклама: возможности в деятельности государственных структур						
1.1	PR и реклама: возможности в деятельности государственных структур /Лек/	4	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
1.2	PR и реклама: возможности в деятельности государственных структур /Пр/	4	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
1.3	PR и реклама: возможности в деятельности государственных структур /Ср/	4	18	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

	Раздел 2. Основные каналы PR-коммуникации и распространения рекламы в государственных структурах						
2.1	Форма подачи новостных материалов и основные каналы PR-коммуникации и распространения рекламы, значимые при работе в государственных структурах. Менеджмент новостей /Лек/	4	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
2.2	Форма подачи новостных материалов и основные каналы PR-коммуникации и распространения рекламы, значимые при работе в государственных структурах. Менеджмент новостей /Пр/	4	4	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
2.3	Форма подачи новостных материалов и основные каналы PR-коммуникации и распространения рекламы, значимые при работе в государственных структурах. Менеджмент новостей /Ср/	4	30	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
	Раздел 3. Основы имиджологии и их применение в деятельности государственных структур						
3.1	Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью в деятельности государственных структур /Лек/	4	2	ОК-7	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	
3.2	Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью в деятельности государственных структур /Пр/	4	4	ОК-7	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.2 Л3.3	0	
3.3	Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью в деятельности государственных структур /Ср/	4	40	ОК-7	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.3	0	
3.4	/Зачёт/	4	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, эссе, практическая работа

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Федотова Л. Н.	Реклама в коммуникационном процессе: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью"	М.: Камерон, 2005	18
Л1.2	Русаков А. Ю.	Связи с общественностью в органах государственной власти: учебное пособие	СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2006	6
Л1.3	Шарков Ф. И.	Реклама в коммуникационном процессе: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью"	М.: Дашков и Кш, 2008	10
Л1.4	Чумиков А. Н.	Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд	Москва: Аспект Пресс, 2012	5
Л1.5	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"	Москва: ИНФРА-М, 2013	5
Л1.6	Марков А. А.	Связи с общественностью в органах власти: учебник	Москва: ИНФРА-М, 2014	5

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Большева С. А.	Связи с общественностью в России. Законодательное регулирование, нормативные документы, практика: Настол. справ. кн.	Екатеринбург: Агентство "Деловые коммуникации", 1998	12
Л2.2	Маслова В. М.	Связи с общественностью в управлении персоналом: учебное пособие	М.: Вузовский учебник, 2008	13
Л2.3	Шарков Ф. И., Родионов А. А.	Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний: учебное пособие	Екатеринбург: Деловая книга, 2007	10
Л2.4	Синчурина М. Г., Терпугова Е. А.	Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама" и "Связи с общественностью"	М.: МГИМО-Университет, 2007	1
Л2.5	Васильева М. М.	Связи с общественностью в органах власти: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.6	Панкратов Ф. Г.	Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп.	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012	1
Л2.7	Антипов К. В.	Основы рекламы	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Денисова Т. Ю.	Реклама и связи с общественностью в политической сфере: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010	78

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.2	Шевкунов А. Н.	Теория и практика связей с общественностью: решение практико-ориентированных задач: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2011	33
ЛЗ.3	Ищенко О. В.	Связи с общественностью в органах власти: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2017	40

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://pr-club.com/ Международный пресс-клуб			
Э2	http://www.press-service.ru – «Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью			
Э3	РАСО. Российская ассоциация по связям с общественностью. Режим доступа: http://www.raso.ru/			
Э4	Советник. Популярный сайт о PR. Режим доступа: www.sovetnik.ru			
Э5	Федеральный закон «О рекламе». Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». Точка доступа: http://www.consultant.ru/popular/advert/			
Э6	БД Сургутский Государственный университет «Книги» http://www.lb.surgu.ru/abis.php			
Э7	БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания» http://www.lib.surgu.ru/abis.php			

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;			
6.3.1.2	браузеры			
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013			

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	http://www.garant.ru Информационно-правовой портал Гарант.ру			
6.3.2.2	http://www.consultant.ru/ Справочно-правовая система Консультант Плюс			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.			
-----	---	--	--	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2				
-----------------------------	--	--	--	--

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

Е.В. Коновалова

22 июня 2017 г., протокол УС №6

Межкультурная коммуникация рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану	144
в том числе:	
аудиторные занятия	10
самостоятельная работа	130
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:
зачеты I

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	I		Итого	
	уп	ргд		
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	130	130	130	130
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать представления об основных закономерностях межкультурной коммуникации, тенденциях социализации, инкультурации и аккультурации индивида; механизм восприятия между различными этническими и культурными группами, подготовить к профессиональной деятельности в условиях интенсификации межэтнического взаимодействия и роста межэтнической напряженности
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ДВ.2
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Иностранный язык	
2.1.2	История	
2.1.3	История и актуальные проблемы отечественной и зарубежной журналистики	
2.1.4	Корпоративная культура	
2.1.5	Основы связей с общественностью	
2.1.6	Психология общения и принципы ведения переговоров	
2.1.7	Русский язык и культура речи	
2.1.8	Словесное творчество	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Иностранный язык	
2.2.2	Основы связей с общественностью	
2.2.3	Копирайтинг	
2.2.4	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью	
2.2.5	Конфликтология	
2.2.6	Корпоративная культура	
2.2.7	Психология управления	
2.2.8	Имиджелогия	
2.2.9	Теория и практика массовой информации	
2.2.10	Психология массовых коммуникаций	

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

ОК-5: Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Знать:

Уровень 1	Студент полно, систематизировано и аргументированно излагает материал, описывающий основные понятия, виды, формы, структуру и теории межкультурной коммуникации; динамику межэтнических отношений, проблемы этнических меньшинств, миграций, аккультурации. Студент ориентируется в основных психологических особенностях индивида или группы людей, обусловленных их культурной и этнической принадлежностью
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	Студент адекватно использует полученные средства для развития культурной восприимчивости и способности толерантного отношения к другим культурам и их представителям; и преодоления стереотипов межкультурного взаимодействия. Студент демонстрирует профессиональное отношение к сложным процессам, происходящим в современном полиэтничном обществе
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	Студент демонстрирует свободное владение основными приемами и навыками толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных, конфессиональных и культурных различий в коллективе; системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе и позволяющих преодолевать этноцентризм; способность к правильной интерпретации различных видов поведения, вербального и невербального общения; навыками продуктивного межкультурного взаимодействия
-----------	--

ОК-6: Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Знать:

Уровень 1	Студент полно, систематизировано и аргументированно излагает материал, описывающий основные
-----------	---

3.2.1	проявлять трудолюбие и исполнительскую дисциплину при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
3.2.2	проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками работы по планированию и организации коммуникационных кампаний и мероприятий под контролем;
3.3.2	опытом и навыками проведения коммуникационных кампаний и мероприятий

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Введение в спонсоринг и фандрайзинг. Спонсоринг и фандрайзинг как виды профессиональной деятельности						
1.1	Введение в спонсоринг и фандрайзинг. Спонсоринг и фандрайзинг как виды профессиональной деятельности. /Лек/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2	0	
1.2	Введение в спонсоринг и фандрайзинг. Спонсоринг и фандрайзинг как виды профессиональной деятельности. /Пр/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2	0	
1.3	Введение в спонсоринг и фандрайзинг. Спонсоринг и фандрайзинг как виды профессиональной деятельности. /Ср/	2	26		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7	0	
1.4	Виды и способы взаимодействия бизнес-структур и социально-культурной сферы /Лек/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л3.1 Л3.2	0	
1.5	Виды и способы взаимодействия бизнес-структур и социально-культурной сферы /Пр/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л3.1 Л3.2	4	
1.6	Виды и способы взаимодействия бизнес-структур и социально-культурной сферы /Ср/	2	16		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л3.1 Л3.2	0	
	Раздел 2. Современная практика спонсоринга и фандрайзинга						
2.1	Привлечение спонсоров и партнеров /Лек/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2	0	
2.2	Привлечение спонсоров и партнеров /Пр/	2	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2	4	
2.3	Привлечение спонсоров и партнеров /Ср/	2	26		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л3.1 Л3.2	0	

2.4	Современная практика спонсоринга и фандрайзинга /Лек/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.4 Л2.6 Л3.1 Л3.2	0	
2.5	Современная практика спонсоринга и фандрайзинга /Пр/	2	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.4 Л2.6 Л3.1 Л3.2	4	
2.6	Современная практика спонсоринга и фандрайзинга /Ср/	2	26		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.4 Л2.6 Л3.1 Л3.2	0	
2.7	Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций /Лек/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
2.8	Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций /Пр/	2	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	4	
2.9	Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций /Ср/	2	30		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
2.10	Особенности развития спонсоринга и фандрайзинга в России и западных странах /Лек/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
2.11	Особенности развития спонсоринга и фандрайзинга в России и западных странах /Пр/	2	2		Л1.1 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	4	
2.12	Особенности развития спонсоринга и фандрайзинга в России и западных странах /Ср/	2	36		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2	0	
2.13	/Контр.раб./	2	2			0	
2.14	/Зачёт/	2	2			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, практическое задание, контрольная работа

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Шарков Ф. И., Родионов А. А.	Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность компаний: учебное пособие	Екатеринбург: Деловая книга, 2007	10
Л1.2	Чумиков А. Н.	Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд	Москва: Аспект Пресс, 2012	5

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.3	Шарков Ф. И.	Коммуникология: основы теории коммуникации	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2013	20
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Шафф Т., Шафф Д.	Путеводитель по фандрайзингу: рабочая модель по привлечению спонсоров	М.: Вершина, 2006	2
Л2.2	Бойко А. И.	Спонсоринг: Учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2004	1
Л2.3	Охрименко И. Б.	Профсоюзный лидер и фандрайзинг профсоюзной деятельности	,	1
Л2.4	Шарков Ф. И.	Коммуникология: коммуникационный консалтинг: Учебное пособие	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2011	1
Л2.5	Шарков Ф. И.	Коммуникология: основы теории коммуникации	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013	1
Л2.6	Морозов А. В.	Социальное проектирование в социальной работе: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015	1
Л2.7	Шарков Ф. И., Силкин В.В.	Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Шевкунов А. Н.	Теория и практика связей с общественностью: методика и технология работы над курсовым проектом: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2011	28
Л3.2	Шевкунов А. Н.	Теория и практика связей с общественностью: решение практико-ориентированных задач: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2011	33
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	http://www.cultmanager.ru/ - Портал информационной поддержки руководителей учреждений культуры			
Э2	http://www.ipr.by/ru/ - Институт общественных связей			
Э3	http://www.sovetnik.ru/ - Профессиональный PR-портал			
Э4	http://www.gd.ru/ - «Генеральный директор», профессиональный журнал руководителя			
Э5	http://www.pr-club.com/ - Международный пресс-клуб			

6.3.1 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;
6.3.1.2	браузеры
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Представлены в Приложении 2	



Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития		
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере		
Квалификация	Бакалавр		
Форма обучения	заочная		
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	144	Виды контроля на курсах: зачеты с оценкой 2	
в том числе:			
аудиторные занятия	16		
самостоятельная работа	124		
часов на контроль	4		

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	вгд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	124	124	124	124
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	1. Ознакомить со спецификой рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью и условия их эффективного осуществления.
1.2	2. Обучить обработке, систематизации речевых практик в рекламной и PR-коммуникации.
1.3	3. Обучить выбору методов и инструментов организации эффективной рекламной деятельности по связям общественностью на предприятиях и в организациях, включая выбор и обоснование средств и времени рекламы, направлений и методов работы с общественностью, планирование рекламного процесса, разработку рекламных посланий, организацию мероприятий по связям с общественностью.
1.4	4. Обучить составлению рекламных текстов разных жанров в различных видах массовой информации.
1.5	5. Сформировать у студентов навыки организаторов и аналитиков рекламного и PR-процесса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ДВ.4
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Русский язык и культура речи	
2.1.2	Основы теории коммуникации	
2.1.3	Корпоративная культура	
2.1.4	Корпоративная газета	
2.1.5	История и актуальные проблемы отечественной и зарубежной журналистики	
2.1.6	Семиотика	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Конфликтология	
2.2.2	Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью	
2.2.3	Теория и практика массовой информации	
2.2.4	Теория и практика рекламы	
2.2.5	Социология массовых коммуникаций	
2.2.6	Коммуникации в постиндустриальном обществе	
2.2.7	Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур	
2.2.8	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе	
2.2.9	Консалтинг в связях с общественностью	

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

ОК-5: Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Знать:

Уровень 1	Материал курса усвоен полностью; полностью справляется с практическим заданием, отсутствуют речевые ошибки
Уровень 2	Материал курса в основном усвоен; в содержании ответа студента имеют место отдельные неточности (несущественные ошибки) при изложении теоретического материала; полностью справляется с практическим заданием, допустимы негрубые ошибки
Уровень 3	Материал усвоен менее чем наполовину, при ответе на теоретический вопрос допускаются грубые ошибки, практическое задание выполняется с существенными ошибками

Уметь:

Уровень 1	Материал курса усвоен полностью; полностью справляется с практическим заданием, отсутствуют речевые ошибки
Уровень 2	Материал курса в основном усвоен; в содержании ответа студента имеют место отдельные неточности (несущественные ошибки) при изложении теоретического материала; полностью справляется с практическим заданием, допустимы негрубые ошибки
Уровень 3	Материал усвоен менее чем наполовину, при ответе на теоретический вопрос допускаются грубые ошибки, практическое задание выполняется с существенными ошибками

Владеть:

Уровень 2	Материал курса усвоен полностью; полностью справляется с практическим заданием, отсутствуют речевые ошибки
Уровень 3	Материал курса в основном усвоен; в содержании ответа студента имеют место отдельные неточности (несущественные ошибки) при изложении теоретического материала; полностью справляется с

	понятия, виды, формы, структуру и теории межкультурной коммуникации; динамику межэтнических отношений, проблемы этнических меньшинств, миграций, аккультурации. Студент ориентируется в основных психологических особенностях индивида или группы людей, обусловленных их культурной и этнической принадлежностью
Уметь:	
Уровень 1	Студент адекватно использует полученные средства для развития культурной восприимчивости и способности толерантного отношения к другим культурам и их представителям; и преодоления стереотипов межкультурного взаимодействия. Студент демонстрирует профессиональное отношение к сложным процессам, происходящим в современном полиэтничном обществе
Владеть:	
Уровень 1	Студент демонстрирует свободное владение основными приемами и навыками толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных, конфессиональных и культурных различий в коллективе; системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе и позволяющих преодолевать этноцентризм; способность к правильной интерпретации различных видов поведения, вербального и невербального общения; навыками продуктивного межкультурного взаимодействия

ПК-6: Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Знать:	
Уровень 1	Студент полно, систематизировано и аргументированно излагает материал, описывающий основные понятия, виды, формы, структуру и теории межкультурной коммуникации; динамику межэтнических отношений, проблемы этнических меньшинств, миграций, аккультурации; условия создания эффективной коммуникации в многонациональных компании. Студент ориентируется в основных психологических особенностях индивида или группы людей, обусловленных их культурной и этнической принадлежностью
Уметь:	
Уровень 1	Студент умеет прогнозировать развитие конфликтных событий и оценивать последствия конфликтного межкультурного взаимодействия; формировать и реализовывать программы и технологии, направленные на предупреждение межэтнических конфликтов; применять на практике полученные знания в конкретных ситуациях межкультурного взаимодействия. Студент умеет анализировать этническую и культурную специфику этнической картины мира и способов ее выражения. Студент адекватно использует полученные средства для развития культурной восприимчивости и способности толерантного отношения к другим культурам и их представителям; и преодоления стереотипов межкультурного взаимодействия. Студент демонстрирует профессиональное отношение к сложным процессам, происходящим в современном полиэтничном обществе
Владеть:	
Уровень 1	Студент демонстрирует свободное владение основными приемами и навыками толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных, конфессиональных и культурных различий в коллективе; системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе и позволяющих преодолевать этноцентризм; навыками планирования, подготовки и проведения коммуникативных кампаний и мероприятий. Студент владеет методами исследования роли и значения этнической и культурной принадлежности в жизни отдельной личности и народа в целом, позволяющими диагностировать, прогнозировать и подвергать коррекции межэтнические отношения; способность к правильной интерпретации различных видов поведения, вербального и невербального общения; навыками продуктивного межкультурного взаимодействия.

ПК-7: Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

Знать:	
Уровень 1	Студент полно, систематизировано и аргументированно излагает материал, описывающий основные понятия, виды, формы, структуру и теории межкультурной коммуникации; динамику межэтнических отношений, проблемы этнических меньшинств, миграций, аккультурации; условия создания эффективной коммуникации в многонациональных компании. Студент ориентируется в основных психологических особенностях индивида или группы людей, обусловленных их культурной и этнической принадлежностью
Уметь:	
Уровень 1	Студент умеет прогнозировать развитие конфликтных событий и оценивать последствия конфликтного межкультурного взаимодействия; формировать и реализовывать программы и технологии, направленные на предупреждение межэтнических конфликтов; применять на практике полученные знания в конкретных ситуациях межкультурного взаимодействия. Студент умеет анализировать этническую и культурную специфику этнической картины мира и способов ее выражения. Студент адекватно использует полученные средства для развития культурной восприимчивости и способности толерантного отношения к другим культурам и их представителям; и преодоления стереотипов межкультурного взаимодействия. Студент демонстрирует профессиональное отношение к сложным процессам, происходящим в современном

	полиэтническом обществе
Владеть:	
Уровень 1	Студент демонстрирует свободное владение основными приемами и навыками толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных, конфессиональных и культурных различий в коллективе; системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мультикультурном российском обществе и позволяющих преодолевать этноцентризм; навыками планирования, подготовки и проведения коммуникативных кампаний и мероприятий. Студент владеет методами исследования роли и значения этнической и культурной принадлежности в жизни отдельной личности и народа в целом, позволяющими диагностировать, прогнозировать и подвергать коррекции межэтнические отношения; способность к правильной интерпретации различных видов поведения, вербального и невербального общения; навыками продуктивного межкультурного взаимодействия.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- основные понятия и теории межкультурной коммуникации;
3.1.2	- основные понятия, виды, формы, структуру межкультурной коммуникации;
3.1.3	- психологические особенности индивида или группы людей, обусловленные их культурной и этнической принадлежностью;
3.1.4	- динамику межэтнических отношений, проблемы этнических меньшинств, миграций, аккультурации;
3.1.5	- условия создания эффективной коммуникации в многонациональных компаниях
3.2	Уметь:
3.2.1	- прогнозировать развитие конфликтных событий и оценивать последствия кон-фликтного межкультурного взаимодействия;
3.2.2	- формировать и реализовывать программы и технологии, направленные на предупреждение межэтнических конфликтов;
3.2.3	- применять на практике полученные знания в конкретных ситуациях межкультурного взаимодействия;
3.2.4	- анализировать этническую и культурную специфику этнической картины мира и способов ее выражения;
3.2.5	- развивать культурную восприимчивость и способность толерантного отношения к другим культурам и их представителям;
3.2.6	- преодолевать стереотипы межкультурного взаимодействия.
3.2.7	- выработать профессиональное отношение к сложным процессам, происходящим в современном полиэтническом обществе
3.3	Владеть:
3.3.1	- приемами и навыками толерантного поведения, продуктивного социального и профессионального взаимодействия с учетом этнокультурных, конфессиональ-ных и культурных различий в коллективе;
3.3.2	- системой понятий необходимых для профессиональной деятельности в мульти-культурном российском обществе и позволяющих преодолевать этноцентризм в будущей профессиональной деятельности;
3.3.3	- методами исследования роли и значения этнической и культурной принадлежности в жизни отдельной личности и народа в целом, позволяющими диагностировать, прогнозировать и подвергать коррекции межэтнические отношения;
3.3.4	- способностью к правильной интерпретации различных видов поведения, вербального и невербального общения; навыками продуктивного межкультурного взаимодействия;
3.3.5	- навыками планирования, подготовки и проведения коммуникативных кампаний и мероприятий

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Основы межкультурной коммуникации						
1.1	История возникновения и развития межкультурной коммуникации. Формы, виды и результаты межкультурной коммуникации. Теории межкультурной коммуникации /Лек/	1	2	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.13 Л2.14 Л3.1	0	

1.2	История возникновения и развития межкультурной коммуникации. Формы, виды и результаты межкультурной коммуникации. Теории межкультурной коммуникации /Ср/	1	30	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.14 Л3.1	0	
1.3	Социализация, инкультурация, аккультурация. Этническая картина мира /Лек/	1	2	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л3.1	0	
1.4	Социализация, инкультурация, аккультурация. Этническая картина мира /Пр/	1	2	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.13 Л2.14 Л3.1	0	
1.5	Социализация, инкультурация, аккультурация. Этническая картина мира /Ср/	1	50	ОК-5 ОК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.3 Л2.6 Л2.7 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.13 Л2.14 Л3.1	0	
1.6	Проблемы понимания в межкультурной коммуникации. Этническая напряженность и этнические конфликты. Межкультурная коммуникация в многонациональной компании /Пр/	1	4	ОК-5 ОК-6 ПК-6 ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.13 Л2.14 Л3.1	0	
1.7	Проблемы понимания в межкультурной коммуникации. Этническая напряженность и этнические конфликты. Межкультурная коммуникация в многонациональной компании /Ср/	1	50	ОК-5 ОК-6 ПК-6 ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.6 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.13 Л2.14 Л3.1	0	
1.8	/Зачёт/	1	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, письменные работы, эссе

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Связи с общественностью: Теория и практика	М.: Дело, 2003	12

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.2	Чумиков А. Н.	Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд	Москва: Аспект Пресс, 2012	5
Л1.3	Садохин А. П.	Межкультурная коммуникация: рекомендовано Научно-методическим советом по культурологии Министерства образования и науки РФ для высших учебных заведений в качестве учебного пособия по дисциплине «Культурология»	Москва: Альфа-М, 2014	20
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П.	Основы межкультурной коммуникации: Учебник для студентов высших учебных заведений	М.: Юнити, 2003	1
Л2.2	Зинченко В. Г., Зусман В. Г., Кирнозе З. И.	Межкультурная коммуникация: от системного подхода к синергетической парадигме	М.: Флинта, 2007	3
Л2.3	Чулкина Н. Л.	Основы межкультурной коммуникации: Учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2010	1
Л2.4	Боголюбова Н. М.	Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен: Учебное пособие	Санкт-Петербург: Издательство СПбКО, 2009	1
Л2.5	Тер-Минасова С. Г.	Язык и межкультурная коммуникация	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2008	1
Л2.6	Рот Ю., Коптельцева Г.	Межкультурная коммуникация. Теория и тренинг: Учебно-методическое пособие	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012	1
Л2.7	Рот Ю., Коптельцева Г.	Межкультурная коммуникация. Теория и тренинг: учебно-методическое пособие	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015	1
Л2.8	Путятина Е. И.	Межкультурная коммуникация в северных регионах	Сургут, 2003	1
Л2.9	Боголюбова Н. М.	Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 1: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.10	Боголюбова Н. М.	Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 2: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.11	Гавра Д. П.	Основы теории коммуникации: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.12	Шарков Ф. И.	Коммуникология: основы теории коммуникации	Москва: Издательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2013	1
Л2.13	Персикова Т. Н.	Межкультурная коммуникация и корпоративная культура	Москва: Издательская группа "Логос", 2011	1
Л2.14	Садохин А. П.	Межкультурная коммуникация: учебное пособие	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА- М", 2016	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Грехова И. П., Мамкина Т. М., Меренков В. А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030301.65 "Психология служебной деятельности", квалификации "Специалист"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				

Э1	http://www.press-service.ru – «Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественность
Э2	http://www.evartist.narod.ru/text16/071.htm - Общая теория социальной коммуникации
Э3	http://www.dslib.net/free/psixologia.html каталог бесплатных авторефератов и диссертаций
Э4	http://www.lib.surgu.ru/abis.php БД Сургутский Государственный университет «Книги»
Э5	http://www.lib.surgu.ru/abis.php БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания»
6.3.1 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;
6.3.1.2	браузеры
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	http://www.garant.ru Информационно-правовой портал Гарант.ру
6.3.2.2	http://www.consultant.ru/ Справочно-правовая система Консультант Плюс

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2	
-----------------------------	--

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



Корпоративная газета

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану	144
в том числе:	
аудиторные занятия	10
самостоятельная работа	130
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:
зачеты I

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	I		Итого	
	уп	рид		
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	130	130	130	130
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать у студентов представления об основных особенностях функционирования корпоративных СМИ, редакционной политики и работу журналистов внутри корпоративного издания
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.2
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Русский язык и культура речи
2.1.2	Словесное творчество
2.1.3	Основы теории коммуникации
2.1.4	Основы связей с общественностью
2.1.5	История и актуальные проблемы отечественной и зарубежной журналистики
2.1.6	Корпоративная культура
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Основы теории коммуникации
2.2.2	Выпуск учебной газеты
2.2.3	Копирайтинг
2.2.4	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.2.5	Основы тележурналистики
2.2.6	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
2.2.7	Пресс-служба
2.2.8	Репутация организации
2.2.9	Медиапланирование

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	о социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностях представителей тех или иных социальных общностей;
3.1.2	основные понятия, теоретические концепции рекламного текста
3.2	Уметь:
3.2.1	учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия;
3.2.2	создавать основные типы рекламных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы
3.3	Владеть:
3.3.1	методами принятия решений в нестандартных ситуациях, исключая негативные последствия социального и этического характера;
3.3.2	навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания основных типов рекламных текстов

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Корпоративные СМИ как вид медиа						
1.1	Корпоративные СМИ: история и современность. Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире. Российские корпоративные издания, проблемы и перспективы. /Лек/	1	2		Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1 Л3.2	0	

1.2	Корпоративные СМИ: история и современность. Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире. Российские корпоративные издания, проблемы и перспективы. Специфика работы редактора и журналиста в корпоративном медиа /Пр/	1	2		Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1 Л3.2	0	
1.3	Корпоративные СМИ: история и современность. Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире. Российские корпоративные издания, проблемы и перспективы. Специфика работы редактора и журналиста в корпоративном медиа /Ср/	1	60		Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1 Л3.2	0	
Раздел 2. Отраслевые корпоративные СМИ							
2.1	Корпоративные СМИ нефтегазовой отрасли Сургута. Содержательная модель корпоративного издания. Корпоративные издания образовательного учреждения. Методы продвижения корпоративных СМИ. /Лек/	1	2		Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1 Л3.2	0	
2.2	Корпоративные СМИ нефтегазовой отрасли Сургута. Содержательная модель корпоративного издания. Корпоративные издания образовательного учреждения. Методы продвижения корпоративных СМИ, изучение потребностей аудитории и организация обратной связи /Пр/	1	4		Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1 Л3.2	0	
2.3	Корпоративные СМИ нефтегазовой отрасли Сургута. Содержательная модель корпоративного издания. Корпоративные издания образовательного учреждения. Методы продвижения корпоративных СМИ, изучение потребностей аудитории и организация обратной связи /Ср/	1	70		Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л3.1 Л3.2	0	
2.4	/Зачёт/	1	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, контрольная работа, реферат

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"	Москва: ИНФРА-М, 2013	5

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.2	Головки С. Б.	Дизайн деловых периодических изданий: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Демин Д., Казакова Н.	Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений	Москва: Альпина Паблишер, 2016	1
Л2.2	Шостак М. И.	Новостная журналистика. Новости прессы: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.3	Баранова Е. А.	Особенности развития газетных редакций в условиях медиаконвергенции	Москва: Вузовский учебник, 2015	1
Л2.4	Баранова Е. А.	Все, что Вы должны знать, если хотите развивать инфографику на газетном сайте	Москва: Вузовский учебник, 2013	1
Л2.5	Баранова Е. А.	Новые реалии развития редакций, или Что такое газетная конвергенция: Монография	Москва: Вузовский учебник, 2016	1
Л2.6	Колесниченко А. В.	Техника и технология сми. Подготовка текстов: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2017	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Грехова И. П., Мамкина Т. М., Меренков В. А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030301.65 "Психология служебной деятельности", квалификации "Специалист"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1
Л3.2	Горина Е.В.	Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности: учебно-методическое пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2016	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://pr-club.com/ Международный пресс-клуб
Э2	http://www.press-service.ru – «Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью
Э3	РАСО. Российская ассоциация по связям с общественностью. Режим доступа: http://www.raso.ru/
Э4	Советник. Популярный сайт о PR. Режим доступа: www.sovetnik.ru
Э5	Федеральный закон «О рекламе». Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». Точка доступа: http://www.consultant.ru/popular/advert/

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;
6.3.1.2	браузеры
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2	
-----------------------------	--

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



Основы тележурналистики рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ

Часов по учебному плану	180
в том числе:	
аудиторные занятия	16
самостоятельная работа	160
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:
зачеты 2

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рцд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	160	160	160	160
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать представления об истории телевидения, основных этапах и тенденциях развития отечественного телевидения, специфике и отличительных качествах ТВ как средства массовой информации, жанровых формах и принципах работы современного тележурналиста, особенностях деятельности в условиях мультимедийной среды, конвергентной журналистики, новейших цифровых технологий; научить применять полученные знания в процессе теоретической и практической профессиональной деятельности медиа-рилейшинз.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ДВ.3
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Русский язык и культура речи	
2.1.2	История и актуальные проблемы отечественной и зарубежной журналистики	
2.1.3	Словесное творчество	
2.1.4	Основы связей с общественностью	
2.1.5	Корпоративная газета	
2.1.6	Аспекты операторского искусства	
2.1.7	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью	
2.1.8	Копирайтинг	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Учебная практика, по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	
2.2.2	Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур	
2.2.3	Теория и практика рекламы	
2.2.4	Производственная практика, по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	
2.2.5	Психология массовых коммуникаций	
2.2.6	Теория и практика массовой информации	
2.2.7	Медиапланирование	
2.2.8	Производственная практика, научно-исследовательская работа	
2.2.9	Производственная практика, преддипломная	

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

ОПК-3: Владение базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга

Знать:

Уровень 2	В рамках участия в устном опросе и выполнения реферата студентпо каждой отдельной темы: легко ориентируется в материале, свободно отвечает на вопросы; знает базовые термины в рамках дисциплины, легко и корректно ими оперирует; показывает знание специфики журналистики в сравнении с другими жанрами; демонстрируют понимание значения ТВ для развития общества, аудиторией, человека в современном мире
-----------	---

Уметь:

Уровень 2	В рамках участия в устном опросе и выполнения реферата студентпо каждой отдельной темы: может легко применить на практике известные правила создания текстов рекламы и связей с общественностью; создавать тексты рекламы и связей с общественностью различной степени сложности, не допуская ошибок; свободно анализирует имеющуюся литературу о ТВ и материалы тележурналистики и применяет их в процессе практической работы (устный опрос, реферат)
-----------	---

Владеть:

Уровень 2	В рамках участия в устном опросе и выполнения реферата студентпо каждой отдельной темы: легко редактирует различные тексты, в том числе рекламные; применяет в работах методы и приёмы исследовательской и практической работы на ТВ в соответствии с технологическими стандартами и на базе современной технологии
-----------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
------------	---------------

3.1.1	правила создания текстов рекламы и связей с общественностью; историю и закономерности развития мирового ТВ; основные процессы и тенденции развития отечественного ТВ; понимать специфику тележурналистики (на основании знакомства с профессиональными стандартами и телематериалами в различных жанрах); значение ТВ для развития общества, аудитории, человека в современном мире
3.2	Уметь:
3.2.1	применить на практике известные правила создания текстов рекламы и связей с общественностью; создавать тексты рекламы и связей с общественностью различной степени сложности; анализировать теоретическую и критическую литературу о ТВ и материалы тележурналистики с целью применения знаний в процессе практической деятельности
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками литературного редактирования различных текстов, в том числе рекламных; основными методами и приёмами исследовательской и практической работы на ТВ в соответствии с технологическими стандартами и на базе современной технологии

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Телевидение как новое средство массовой коммуникации XX века						
1.1	Телевидение как новое средство массовой коммуникации XX века /Лек/	2	1	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.6 Л3.1 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.2	Телевидение как новое средство массовой коммуникации XX века /Пр/	2	0	ОПК-3	Л1.2 Л2.6 Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	2	
1.3	Телевидение как новое средство массовой коммуникации XX века /Ср/	2	10	ОПК-3	Л1.2 Л2.4 Л2.6 Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.4	Организация телевидения /Пр/	2	4	ОПК-3	Л1.2 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
	Раздел 2. Специфика телевидения. Экранные выразительные средства						
2.1	Специфика телевидения. Экранные выразительные средства /Лек/	2	0	ОПК-3	Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
2.2	Специфика телевидения. Экранные выразительные средства /Пр/	2	1	ОПК-3	Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.8 Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	4	
2.3	Специфика телевидения. Экранные выразительные средства /Ср/	2	22	ОПК-3	Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
	Раздел 3. Телевизионный сценарий.						
3.1	Телевизионный сценарий. /Лек/	2	1	ОПК-3	Л1.2 Л1.3 Л2.7 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
3.2	Телевизионный сценарий. /Пр/	2	2	ОПК-3	Л1.2 Л1.3 Л2.3 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	4	

3.3	Телевизионный сценарий. /Ср/	2	20	ОПК-3	Л1.2 Л1.3 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Раздел 4. Телевизионная программа							
4.1	Телевизионная программа /Лек/	2	1	ОПК-3	Л1.2 Л2.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
4.2	Телевизионная программа /Пр/	2	0	ОПК-3	Л1.2 Л2.8 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	4	
4.3	Телевизионная программа /Ср/	2	20	ОПК-3	Л1.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Раздел 5. Телевидение как процесс коммуникации							
5.1	Телевидение как процесс коммуникации /Лек/	2	1	ОПК-3	Л1.2 Л2.10 Л2.14 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
5.2	Телевидение как процесс коммуникации /Пр/	2	1	ОПК-3	Л1.1 Л2.10 Л2.12 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
5.3	Телевидение как процесс коммуникации /Ср/	2	20	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.10 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Раздел 6. Организация телевидения							
6.1	Организация телевидения /Лек/	2	1	ОПК-3	Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
6.2	Организация телевидения /Ср/	2	8	ОПК-3	Л1.2 Л2.4 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Раздел 7. Телевизионные жанры							
7.1	Телевизионные жанры /Лек/	2	1	ОПК-3	Л1.2 Л2.6 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
7.2	Телевизионные жанры /Пр/	2	0	ОПК-3	Л1.2 Л2.2 Л2.10 Л2.14 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	4	
7.3	Телевизионные жанры /Ср/	2	20	ОПК-3	Л1.2 Л2.3 Л2.10 Л2.14 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Раздел 8. Информационное выступление в кадре и информационный сюжет							
8.1	Информационное выступление в кадре и информационный сюжет /Лек/	2	0	ОПК-3	Л1.2 Л2.11 Л2.13 Л2.14 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	

8.2	Информационное выступление в кадре и информационный сюжет /Пр/	2	1	ОПК-3	Л1.2 Л2.9 Л2.11 Л2.13 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	4	
8.3	Информационное выступление в кадре и информационный сюжет /Ср/	2	20	ОПК-3	Л1.2 Л2.8 Л2.9 Л2.11 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Раздел 9. Роль местного ТВ в развитии телевидения в стране							
9.1	Роль местного ТВ в развитии телевидения в стране /Лек/	2	0	ОПК-3	Л1.2 Л2.7 Л2.11 Л2.13 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
9.2	Роль местного ТВ в развитии телевидения в стране /Пр/	2	1	ОПК-3	Л1.2 Л2.6 Л2.9 Л2.13 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	2	
9.3	Роль местного ТВ в развитии телевидения в стране /Ср/	2	20	ОПК-3	Л1.2 Л2.5 Л2.7 Л2.13 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
9.4	/Зачёт/	2	1			0	
9.5	/Контр.раб./	2	3			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в Приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в Приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в Приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, практическое задание, реферат, контрольная работа

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Цвик В. Л., Назарова Я. В.	Телевизионные новости России: [Учеб. пособие]	М.: Аспект Пресс, 2002	6
Л1.2	Цвик В. Л.	Телевизионная журналистика: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 030601 "Журналистика"	Москва: ЮНИТИ, 2011	10
Л1.3	Тертычный А. А.	Аналитическая журналистика: допущено УМО по классическому университетскому образованию в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика"	Москва: Аспект Пресс, 2013	15

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Шестеркина Л. П., Николаева Т. Д.	Методика телевизионной журналистики: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 030600 "Журналистика" специальности 030601 "Журналистика"	Москва: Аспект Пресс, 2012	3

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Третьякова Л. А.	Введение в журналистику: методические рекомендации	Ханты-Мансийск: Югорский государственный университет, 2015	1
Л2.3	Минаев Д. Д.	Безымённому журналисту	Москва: Лань, 2013	1
Л2.4	Цвик В. Л.	Телевизионная журналистика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012	1
Л2.5	Ахмадулин Е. В.	История отечественной журналистики XX века: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.6	Познин В. Ф.	Техника и технология сми. Радио- и тележурналистика: Учебник и практикум	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.7	Муратов С. А.	Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.8	Бобров А. А.	Основы журналистской деятельности: Учебное пособие	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л2.9	Чиронова И. И.	Английский язык для журналистов: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2017	1
Л2.10	Ивин А. А.	Логика для журналистов: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2017	1
Л2.11	Енина Л.В., Зыков В.Ф.	Практика журналистского общения: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2016	1
Л2.12	Ушанов П.В.	Журналистское расследование (политико-идеологический аспект): учебное пособие	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017	1
Л2.13	Олешко Е.В.	Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2015	1
Л2.14	Гордиенко Т.В.	Журналистика и редактирование: Учебное пособие	Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2018	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Землянова Л. М.	Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке	Москва: МедиаМир, 2012	1
Л3.2	Белькова А. Е.	Основы риторики и журналистская деятельность: учебное пособие для студентов специальностей "Журналистика", "Реклама и связи с общественностью", "Филологическое образование", "Психолого-педагогическое образование"	Нижевартовск: Издательство Нижевартовского государственного университета, 2013	2
Л3.3	Грехова И. П.	Проектная форма обучения детей с интеллектуальной недостаточностью как ответ вызовам нового времени	,	1
Л3.4	Грехова И. П., Мамкина Т. М., Меренков В. А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030301.65 "Психология служебной деятельности", квалификации "Специалист"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	портал психологических изданий
Э2	БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания»
Э3	РАСО. Российская ассоциация по связям с общественностью. Режим доступа:
Э4	Конкурс на получение премии в области связей с общественностью.
Э5	«Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2	
-----------------------------	--

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



Спонсоринг и фандрайзинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ
Часов по учебному плану	180
в том числе:	
аудиторные занятия	16
самостоятельная работа	160
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:
зачеты 2

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	яцд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	160	160	160	160
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать у студентов представление о современных технологиях по привлечению инвестиций. Теоретическое освоение курса предполагает изучение современных технологий, стратегий и тактик по привлечению инвестиций, а также основных составляющих планирования, организации и проведения кампаний по их привлечению; овладение средств и методов процесса спонсоринга и фандрайзинга; применение различных практических методов решения организационных, технологических и других проблем проведения кампаний по спонсорингу и фандрайзингу.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ДВ.3
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Основы маркетинга	
2.1.2	Спонсоринг и фандрайзинг	
2.1.3	Конфликтология	
2.1.4	Корпоративная культура	
2.1.5	Иностранный язык	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	
2.2.2	Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур	
2.2.3	Социальная психология	
2.2.4	Информационные технологии в средствах массовой информации	
2.2.5	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	
2.2.6	Производственная практика, по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	
2.2.7	Теория и практика массовой информации	
2.2.8	Коммуникации в постиндустриальном обществе	

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

ОК-6: Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Знать:

Уровень 1	Студент полно, систематизировано и аргументировано излагает материал, описывающий основные принципы и методики, применяемые при планировании и организации коммуникационных кампаний под контролем; студент легко выделяет принципы проведения коммуникационных компаний и мероприятий под контролем. Ответ отличается самостоятельностью и межпредметными связями.
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	навыками работы по планированию и организации коммуникационных кампаний и мероприятий под контролем
-----------	---

ОПК-3: Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга

Знать:

Уровень 1	принципы проведения коммуникационных компаний и мероприятий под контролем
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	опытом и навыками проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
-----------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	принципы и методики, применяемые при планировании и организации коммуникационных кампаний под контролем;
3.1.2	принципы проведения коммуникационных компаний и мероприятий под контролем
3.2	Уметь:

3.2.1	• составлять жанры разных стилей;
3.2.2	• составлять основные жанры делового общения;
3.2.3	• составлять различные виды деловых писем;
3.2.4	• применять знания при написании публичного выступления;
3.2.5	• организовать выпуск, производство и распространение рекламной продукции
3.3	Владеть:
3.3.1	• методикой подготовки и анализа публичного выступления, навыками публичного выступления;
3.3.2	• методикой изготовления рекламной продукции

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Реклама как инструмент маркетинговой политики.						
1.1	Лингвистические особенности рекламных текстов /Лек/	2	2	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.2	Реклама как инструмент маркетинговой политики. /Лек/	2	1	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.3	Реклама как инструмент маркетинговой политики. /Пр/	2	0	ОПК-3	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.4	Реклама как инструмент маркетинговой политики. /Ср/	2	29	ПК-8	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.5	Лингвистические особенности рекламных текстов /Пр/	2	2	ОПК-3	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.6	Лингвистические особенности рекламных текстов /Ср/	2	15	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.7	Основные рекламные жанры. Нейминг /Лек/	2	1	ОПК-3	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.8	Основные рекламные жанры. Нейминг /Пр/	2	2	ПК-8	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.9	Основные рекламные жанры. Нейминг /Ср/	2	20	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.10	PR-текст в системе публичных коммуникаций /Лек/	2	1	ОПК-3	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.11	PR-текст в системе публичных коммуникаций /Пр/	2	2	ПК-8	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.12	PR-текст в системе публичных коммуникаций /Ср/	2	30	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.13	Жанровая типология PR-текстов /Лек/	2	1	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.14	Жанровая типология PR-текстов /Пр/	2	4	ОПК-3	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.15	Жанровая типология PR-текстов /Ср/	2	30	ОК-5	Л1.1 Л2.1 Л3.1	0	
1.16	/ЗачётСОц/	2	4	ОК-5		0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Приложение 1

5.2. Темы письменных работ

Приложение 1

5.3. Фонд оценочных средств

Приложение 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос на занятии, устный вопрос на зачете

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Васильева Л. А.	Реклама: Учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2016	1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Калмыков С. Б.	Социальная реклама здорового образа жизни: комплексная оценка	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Соколова Н.Г.	Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Основы маркетинга» для студентов, обучающихся по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» дневного и заочного отделения: учебно-методическое пособие	Ижевск: Ассоциация по методологическому обеспечению деловой активности и общественного развития «Митра», 2014	1
6.3.1 Перечень программного обеспечения				
6.3.1.1	Программное обеспечение для доступа в сеть интернет (например, Google Chrome)			
6.3.1.2	Программы для демонстрации и создания презентаций (например, Microsoft, Power Point)			
6.3.2 Перечень информационных справочных систем				
6.3.2.1	Образовательные ресурсы Интернета – русский язык [Электронный ресурс]. – URL: http://www.alleng.ru/edu/ruslang5.htm . (дата обращения 23.06.16)			
6.3.2.2	Dissercat.- Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс]. – URL: http://www.dissercat.com/catalog/psikhologicheskie-nauki электронная библиотека диссертаций (дата обращения 23.06.16)			
6.3.2.3	БД Сургутский государственный университет «Книги» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.lib.surgu.ru/abis.php . (дата обращения 23.06.16).			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Авторские мультимедийные лекции:
7.2	<input type="checkbox"/> Основные понятия культуры речи. Язык, речь. Формы существования национального русского языка
7.3	<input type="checkbox"/> Нормы русского литературного языка. Акцентология и орфоэпия.
7.4	<input type="checkbox"/> Лексические нормы современного русского языка.
7.5	<input type="checkbox"/> Морфологические нормы современного русского языка.
7.6	<input type="checkbox"/> Синтаксические нормы русского языка.
7.7	<input type="checkbox"/> Функциональные стили современного русского языка.
7.8	<input type="checkbox"/> Основы ораторского искусства.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Представлены в Приложении 2	

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР
Е.В. Копылова

22 июня 2017 г., протокол УС №6

Копирайтинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану	144
в том числе:	
аудиторные занятия	16
самостоятельная работа	124
часов на контроль	4

Виды контроля на курсах:
зачеты с оценкой 2

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рцд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	124	124	124	124
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	подготовить специалиста, знающего теорию копирайтинга и владеющего технологией создания соответствующих текстов в рекламной отрасли.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.4
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Русский язык и культура речи
2.1.2	Словесное творчество
2.1.3	Основы теории коммуникации
2.1.4	Основы связей с общественностью
2.1.5	Основы тележурналистики
2.1.6	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.2.2	Спонсоринг и фандрайзинг
2.2.3	Теория и практика рекламы
2.2.4	Имиджелогия
2.2.5	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.6	Реклама и связи с общественностью в политике и бизнесе

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

ОПК-3: Владение базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга

Знать:

Уровень 1	Ответ студента демонстрирует в основном верные знания основных категорий, понятий и методов создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками копирайтинга; структуры рекламных текстов и законы их составления; моделей производства рекламных и PR-текстов. Студент с помощью преподавателя анализирует описывает этапы подготовки к выпуску производству рекламной продукции, включая текстовые, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Ответ может содержать неточности и существенные ошибки, часть которых студент может исправить по замечаниям преподавателя. В целом ответу недостает глубины понимания и систематизированности.
Уровень 2	Ответ студента демонстрирует в целом полные знания основных категорий, понятий и методов создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; структуры и классификации рекламных текстов и законы их составления; моделей производства рекламных и PR-текстов; стадий процесса создания текстов и методики оценки эффективности текстов. Студент описывает этапы подготовки к выпуску и производству рекламной продукции, включая текстовые, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Ответ может содержать небольшие неточности, которые исправляются самим студентом по вопросам преподавателя. В целом ответу недостает глубины понимания причинно-следственных связей, что требует определенной помощи преподавателя
Уровень 3	Студент уверенно, логично и аргументированно выстраивает ответ демонстрирующий глубокие и осознанные знания основных категорий, понятий и методов создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; структуры и классификации рекламных текстов и законы их составления; моделей производства рекламных и PR-текстов; стадий процесса создания текстов и методики оценки эффективности текстов. Свободно описывает этапы подготовки к выпуску и производству рекламной продукции включая текстовые, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Ответ отличается глубиной понимания причинно-следственных связей, систематизированностью знаний.

Уметь:

Уровень 1	Студент с помощью преподавателя может анализировать креативные, языково-стилистические характеристики текстов; создавать рекламные тексты в различных сегментах СМИ; излагать замысел грамотным языком, формулировать слоганы, тексты на основе творческого задания. В целом ответ характеризуется недостаточной глубиной и осознанностью, может содержать несколько неточностей и существенных ошибок, часть из которых студент исправляет при помощи преподавателя.
Уровень 2	Студент умеет анализировать креативные, языково-стилистические характеристики текстов; создавать рекламные тексты в различных сегментах СМИ; излагать замысел грамотным языком; умеет формулировать

	слоганы, тексты на основе творческого задания. В целом ответ характеризуется недостаточной самостоятельностью и уверенностью и может содержать несколько мелких неточностей, которые в основном замечаются и исправляются самим студентом.
Уровень 3	Студент умеет верно анализировать креативные, языково-стилистические характеристики текстов; создавать рекламные тексты в различных сегментах СМИ; излагать замысел грамотным языком. Студент умеет формулировать слоганы, тексты на основе творческого задания.
Владеть:	
Уровень 1	Студент владеет отдельными знаниями о содержании и методах деятельности копирайтера, практическими навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, литературного редактирования и копирайтинга. Ответ студента отличается поверхностностью и недостаточной осознанностью, однако студент в состоянии исправить часть допущенных ошибок с помощью наводящих вопросов преподавателя.
Уровень 2	Ответ студента демонстрирует достаточно уверенное владение основными практическими навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, литературного редактирования и копирайтинга. Студент демонстрирует владение знания о содержании и методах деятельности копирайтера. Ответ студента отличается недостаточной глубиной и аргументированностью, однако студент в состоянии исправить указанные недочеты с помощью наводящих вопросов преподавателя.
Уровень 3	В своем ответе студент демонстрирует уверенное и осознанное владение практическими навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций; а именно навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, литературного редактирования, копирайтинга. Студент демонстрирует свободное владение содержанием и методов деятельности копирайтера. Ответ отличается глубиной понимания причинно-следственных связей, систематизированностью знаний

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

Знать:	
Уровень 1	Ответ студента демонстрирует в основном верные знания основных категорий, понятий и методов создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками копирайтинга; структуры рекламных текстов и законы их составления; моделей производства рекламных и PR-текстов. Студент с помощью преподавателя анализирует описывает этапы подготовки к выпуску и производству рекламной продукции, включая текстовые, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Ответ может содержать неточности и существенные ошибки, часть которых студент может исправить по замечаниям преподавателя. В целом ответу недостает глубины понимания и систематизированности.
Уровень 2	Ответ студента демонстрирует в целом полные знания основных категорий, понятий и методов создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; структуры и классификации рекламных текстов и законы их составления; моделей производства рекламных и PR-текстов; стадий процесса создания текстов и методики оценки эффективности текстов. Студент описывает этапы подготовки к выпуску и производству рекламной продукции, включая текстовые, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Ответ может содержать небольшие неточности, которые исправляются самим студентом по вопросам преподавателя. В целом ответу недостает глубины понимания причинно-следственных связей, что требует определенной помощи преподавателя
Уровень 3	Студент уверенно, логично и аргументированно выстраивает ответ, демонстрирующий глубокие и осознанные знания основных категорий, понятий и методов создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; структуры и классификации рекламных текстов и законы их составления; моделей производства рекламных и PR-текстов; стадий процесса создания текстов и методики оценки эффективности текстов. Свободно описывает этапы подготовки к выпуску и производству рекламной продукции, включая текстовые, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Ответ отличается глубиной понимания причинно-следственных связей, систематизированностью знаний.
Уметь:	
Уровень 1	Студент с помощью преподавателя может анализировать креативные, языково-стилистические характеристики текстов; создавать рекламные тексты в различных сегментах СМИ; излагать замысел грамотным языком, формулировать слоганы, тексты на основе творческого задания; организовывать распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. В целом ответ характеризуется недостаточной глубиной и осознанностью, может содержать несколько неточностей и существенных ошибок, часть из которых студент исправляет при помощи преподавателя.
Уровень 2	Студент умеет анализировать креативные, языково-стилистические характеристики текстов; создавать рекламные тексты в различных сегментах СМИ; излагать замысел грамотным языком; умеет организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая

	текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; формулировать слоганы, тексты на основе творческого задания. В целом ответ характеризуется недостаточной самостоятельностью и уверенностью и может содержать несколько мелких неточностей, которые в основном замечаются и исправляются самим студентом.
Уровень 3	Студент умеет организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; верно анализировать креативные, языково-стилистические характеристики текстов; создавать рекламные тексты в различных сегментах СМИ; излагать замысел грамотным языком. Студент умеет формулировать слоганы, тексты на основе творческого задания
Владеть:	
Уровень 1	Студент владеет отдельными знаниями о содержании и методах деятельности копирайтера, практическими навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, литературного редактирования и копирайтинга; подготовки к выпуску и распространение рекламной продукции. Ответ студента отличается поверхностностью и недостаточной осознанностью, однако студент в состоянии исправить часть допущенных ошибок с помощью наводящих вопросов преподавателя.
Уровень 2	Ответ студента демонстрирует достаточно уверенное владение основными практическими навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, литературного редактирования и копирайтинга. Студент демонстрирует владение знания о содержании и методах деятельности копирайтера; подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции в рамках традиционных и современных средств рекламы. Ответ студента отличается недостаточной глубиной и аргументированностью, однако студент в состоянии исправить указанные недочеты с помощью наводящих вопросов преподавателя.
Уровень 3	В своем ответе студент демонстрирует уверенное и осознанное владение практическими навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций; а именно навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, литературного редактирования, копирайтинга. Студент демонстрирует свободное владение содержанием и методов деятельности копирайтера; подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции в рамках традиционных и современных средств рекламы. Ответ отличается глубиной понимания причинно-следственных связей, систематизированностью знаний

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- основные категории и понятия, используемые профессиональными копирайтерами;
3.1.2	- структуру, основные категории рекламных текстов и законы их составления;
3.1.3	- модели производства рекламных и PR-текстов;
3.1.4	- стадии процесса создания текстов
3.1.5	- методику оценки эффективности текстов
3.1.6	- этапы подготовки к выпуску рекламной продукции, текстовых и презентационных материалов
3.2	Уметь:
3.2.1	- формулировать слоганы, тексты на основе творческого задания;
3.2.2	- излагать замысел грамотным языком;
3.2.3	- создавать и редактировать тексты различной стилистики;
3.2.4	- анализировать креативные, языково-стилистические характеристики текстов;
3.2.5	- создавать и анализировать рекламные тексты в различных сегментах СМИ;
3.3	Владеть:
3.3.1	- базовыми практическими навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций;
3.3.2	- навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы;
3.3.3	- навыками литературного редактирования, копирайтинга;
3.3.4	- представлением о содержании деятельности копирайтера; характеристиках рекламного и PR-текстов

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Креатив и стратегии рекламного творчества						

1.1	Креатив и стратегии рекламного творчества. Копирайтер, специфика творчества /Лек/	2	2	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	0	
1.2	Креатив и стратегии рекламного творчества. Копирайтер, специфика творчества /Пр/	2	2	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	0	
1.3	Креатив и стратегии рекламного творчества. Копирайтер, специфика творчества /Ср/	2	24	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	0	
Раздел 2. Методы создания рекламы в печати.							
2.1	Методы создания рекламы в печати. /Лек/	2	2	ОПК-3 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	0	
2.2	Методы создания рекламы в печати. /Пр/	2	2	ОПК-3 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	0	
2.3	Методы создания рекламы в печати. /Ср/	2	40	ОПК-3 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	0	
Раздел 3. Структура рекламных текстов.							
3.1	Структура рекламных текстов. Заголовок. Слоган и логотип. Основной текст рекламного объявления. Классификация стилей рекламных текстов /Лек/	2	2	ОПК-3 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	0	
3.2	Структура рекламных текстов. Заголовок. Слоган и логотип. Основной текст рекламного объявления. Классификация стилей рекламных текстов /Пр/	2	6	ОПК-3 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	0	
3.3	Структура рекламных текстов. Заголовок. Слоган и логотип. Основной текст рекламного объявления. Классификация стилей рекламных текстов /Ср/	2	60	ОПК-3 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л3.1	0	
3.4	/ЗачётСОц/	2	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	
5.1. Контрольные вопросы и задания	
Представлены в Приложении 1	
5.2. Темы письменных работ	
Представлены в Приложении 1	
5.3. Фонд оценочных средств	
Представлены в Приложении 1	
5.4. Перечень видов оценочных средств	
Устный опрос, творческие задания	

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Годин А. М.	Брендинг: учебное пособие	М.: Дашков и К, 2006	13
Л1.2	Рожков И. Я., Кисмерешкин В. Г.	Брендинг: учебник для бакалавров	Москва: Юрайт, 2013	3
Л1.3	Годин А. М.	Брендинг: Учебное пособие	Москва: Издательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2012	1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Аакер Д. А.	Создание сильных брендов	М.: Grebennikov, 2008	2
Л2.2	Назайкин А. Н.	Рекламный текст в современных СМИ: практическое пособие	М.: Eksmo education, 2007	5
Л2.3	Клифтон Р.	Бренды и брендинг	М.: Олимп-Бизнес, 2008	2
Л2.4	Бердышев С. Н.	Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд.: Учебное пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012	1
Л2.5	Чумиков А. Н.	Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие	Москва: Аспект Пресс, 2012	1
Л2.6	Назайкин Н.	Эффективный рекламный текст в СМИ: Монография	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011	1
Л2.7	Иншакова Н. Г.	Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования. Учебное пособие для студентов вузов	Москва: Аспект Пресс, 2014	1
Л2.8	Музыкант В. Л.	Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО□, 2014	1
Л2.9	Кузнецов П. А.	Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии	Москва: Издательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2015	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.1	Грехова И. П., Мамкина Т. М., Меренков В. А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030301.65 "Психология служебной деятельности", квалификации "Специалист"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://www.press-service.ru – «Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью			
Э2	http://hrbrand.ru/ - Премия HR-бренд			
Э3	http://www.adme.ru/brending/ - AdMe: Брендинг			
Э4	http://www.adme.ru/staraya-reklama/ - Старая реклама			
Э5	БД Сургутский Государственный университет «Книги» http://www.lb.surgu.ru/abis.php			
Э6	БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания»			

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;			
6.3.1.2	браузеры			
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013			

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	http://www.garant.ru Информационно-правовой портал Гарант.ру			
6.3.2.2	http://www.consultant.ru/ Справочно-правовая система Консультант Плюс			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.			
-----	---	--	--	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в Приложении 2



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

Е.В. Коновалова

22 июня 2017 г. протокол УС №6

Психология карьеры

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития
Учебный план	bz420301-ССО-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану	72
в том числе:	
аудиторные занятия	10
самостоятельная работа	58
часов на контроль	4

Виды контроля в семестрах:
зачеты 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	уп	рид	уп	рид
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рид	уп	рид
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	58	58	58	58
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	познакомить студентов с основными психологическими представлениями о профориентации, профессиональном самоопределении; сформировать начальные навыки самостоятельной работы в данном направлении; сформировать знания, умения и навыки в области психологического обеспечения помощи по осуществлению карьеры специалистов разного профиля
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	ФТД
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	История и актуальные проблемы отечественной и зарубежной журналистики
2.1.2	Основы связей с общественностью
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Межкультурная коммуникация
2.2.2	Корпоративная культура
2.2.3	Имиджелогия

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОК-7: Способность к самоорганизации и самообразованию**

Знать:	
Уровень 1	особенности проявления психических процессов, состояний, свойств, взаимодействия сотрудников в различных ситуациях профессиональной деятельности
Уметь:	
Уровень 1	осуществлять системный психологический анализ и оценку ситуаций профессиональной деятельности и их требований к психологическим возможностям сотрудников
Владеть:	
Уровень 1	методологическими подходами, теоретическими знаниями, методами исследования и воздействия, адекватными различным практическим задачам

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:	
3.1.1	основные механизмы, технологии психологического воздействия на разных этапах развития индивида и личности;
3.1.2	особенности проявления психических процессов, состояний, свойств, взаимодействия сотрудников в различных ситуациях профессиональной деятельности;
3.1.3	основные концепции психологии труда, понимает, в каких областях практики и каким образом могут быть применены знания научной психологии;
3.1.4	пределы применения знаний, умений и навыков на практике;
3.1.5	психологические технологии, позволяющие решать типовые задачи в различных областях практики
3.2 Уметь:	
3.2.1	выявлять специфику психического функционирования человека с учетом его принадлежности к профессиональной группе;
3.2.2	осуществлять системный психологический анализ и оценку ситуаций профессиональной деятельности и их требований к психологическим возможностям сотрудников;
3.2.3	описывать структуру деятельности профессионала в рамках определенной сферы (психологический портрет профессионала);
3.2.4	прогнозировать, анализировать и оценивать психологические условия профессиональной деятельности
3.3 Владеть:	
3.3.1	средствами оптимизации конкретной проблемной ситуации;
3.3.2	методами психологического изучения личности, коллектива, профессиональной деятельности сотрудников;
3.3.3	методологическими подходами, теоретическими знаниями, методами исследования и воздействия, адекватными различным практическим задачам;
3.3.4	процедурой психологического анализа конкретных видов труда, профессиональных задач и ситуаций;
3.3.5	процедурой составления эмпирических классификаций профессий

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте пакт.	Примечание
	Раздел 1. Теория и практика карьеры						
1.1	Теория и практика карьеры /Лек/	3	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.2	Теория и практика карьеры /Пр/	3	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.3	Теория и практика карьеры /Ср/	3	7	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.4	Технологии карьерного менеджмента /Лек/	3	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.5	Технологии карьерного менеджмента /Ср/	3	7	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.6	Технологии карьерного менеджмента /Пр/	3	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.7	Карьера профессионала в различных сферах /Ср/	3	7	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.8	Психологическое обеспечение управления карьерой /Ср/	3	7	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.9	Карьера молодого специалиста /Ср/	3	7	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.10	Программа оценки карьерных компетенций /Ср/	3	7	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.11	Развитие карьеры сотрудников компании /Ср/	3	7	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.12	Диагностика карьерных компетенций /Пр/	3	2	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.13	Диагностика карьерных компетенций /Ср/	3	9	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.14	/Зачёт/	3	4	ОК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.2 Л3.1	0	

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.1	Грехова И. П., Мамкина Т. М., Меренков В. А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030301.65 "Психология служебной деятельности", квалификации "Специалист"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	портал психологических изданий
Э2	электронная библиотека диссертаций
Э3	каталог бесплатных авторефератов и диссертаций (психологические науки)

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
---------	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Материально-техническое обеспечение включает в себя: помещения для проведения практических занятий укомплектованы необходимой учебной мебелью; наличие компьютерного класса общего пользования с подключением к Интернету; компьютерный мультимедийный проектор .
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в приложении 2

	практическим заданием, допустимы негрубые ошибки
Уровень 4	Материал усвоен менее чем наполовину, при ответе на теоретический вопрос допускаются грубые ошибки, практическое задание выполняется с существенными ошибками

ОПК-3: Владение базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга

Знать:

Уровень 4	Материал курса усвоен полностью; полностью справляется с практическим заданием, отсутствуют речевые ошибки
Уровень 5	Материал курса в основном усвоен; в содержании ответа студента имеют место отдельные неточности (несущественные ошибки) при изложении теоретического материала; полностью справляется с практическим заданием, допустимы негрубые ошибки
Уровень 6	Материал усвоен менее чем наполовину, при ответе на теоретический вопрос допускаются грубые ошибки, практическое задание выполняется с существенными ошибками

Уметь:

Уровень 9	Изложение мыслей грамотное; отмечается отсутствие речевых ошибок при ответе; изложение материала полное
Уровень 10	Изложение мыслей грамотное; отмечается отсутствие речевых ошибок при ответе; изложение материала полное, допускаются ошибки в теории
Уровень 11	При ответе наблюдаются грубые речевые ошибки, ответ неполный, не усвоены правила устной и письменной речевой нормы

Владеть:

Уровень 12	Уверенное владение нормами русского языка, использование их в учебной ситуации
Уровень 13	В речи допускаются незначительные ошибки
Уровень 14	Допускаются речевые ошибки, отмечается неумение строить коммуникативную ситуацию и ориентироваться в ней

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

Знать:

Уровень 1	Материал курса усвоен полностью; полностью справляется с практическим заданием, отсутствуют речевые ошибки
Уровень 2	Материал курса в основном усвоен; в содержании ответа студента имеют место отдельные неточности (несущественные ошибки) при изложении теоретического материала; полностью справляется с практическим заданием, допустимы негрубые ошибки
Уровень 3	Материал усвоен менее чем наполовину, при ответе на теоретический вопрос допускаются грубые ошибки, практическое задание выполняется с существенными ошибками

Уметь:

Уровень 5	Изложение мыслей грамотное; отмечается отсутствие речевых ошибок при ответе; изложение материала полное
Уровень 6	Изложение мыслей грамотное; отмечается отсутствие речевых ошибок при ответе; изложение материала полное, допускаются ошибки в теории
Уровень 7	При ответе наблюдаются грубые речевые ошибки, ответ неполный, не усвоены правила устной и письменной речевой нормы

Владеть:

Уровень 1	Уверенное владение нормами русского языка, использование их в учебной ситуации
Уровень 2	В речи допускаются незначительные ошибки
Уровень 3	Допускаются речевые ошибки, отмечается неумение строить коммуникативную ситуацию и ориентироваться в ней

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	• жанры разных стилей;
3.1.2	• основные жанры делового общения;
3.1.3	• структуру формуляра и состав реквизитов орд, виды деловых писем;
3.1.4	• лингвистические и психолингвистические основы публичного выступления;
3.1.5	• принципы организации выпуска, производства и распространения рекламной продукции и различные виды рекламы
3.2	Уметь:



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

Е.В. Коновалова

22 июля 2017г. протокол УС №6.

Теория и практика массовой информации рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии развития	
Учебный план	bz420301-CCO-17-1.plz.xml Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	заочная	
Общая трудоемкость	10 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	360	* Виды контроля на курсах: экзамены 4 зачеты 3 курсовые работы 3
в том числе:		
аудиторные занятия	32	
самостоятельная работа	315	
часов на контроль	13	

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		4		Итого	
	уп	гид	уп	гид		
Лекции	6	6	6	6	12	12
Практические	10	10	10	10	20	20
Итого ауд.	16	16	16	16	32	32
Контактная работа	16	16	16	16	32	32
Сам. работа	160	160	155	155	315	315
Часы на контроль	4	4	9	9	13	13
Итого	180	180	180	180	360	360

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	подготовить студентов к пониманию места и роли средств массовой информации в системе связей с общественностью; сформировать знание теорий массовой информации; привить практические навыки в сфере журналистского творчества; познакомить на практике с системой средств массовой информации и особенностями ее функционирования применительно к получаемой специальности «Связи с общественностью».
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Стилистика и литературное редактирование
2.1.2	Словесное творчество
2.1.3	Русский язык и культура речи
2.1.4	Основы теории коммуникации
2.1.5	Корпоративная газета
2.1.6	Корпоративная культура
2.1.7	Основы тележурналистики
2.1.8	Основы связей с общественностью
2.1.9	Копирайтинг
2.1.10	Учебная практика, по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности
2.1.11	Теория и практика рекламы
2.1.12	Информационные технологии в средствах массовой информации
2.1.13	Информационные технологии в средствах массовой информации
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Брендинг
2.2.2	Консалтинг в связях с общественностью
2.2.3	Медиапланирование
2.2.4	Производственная практика, научно-исследовательская работа
2.2.5	Производственная практика, преддипломная

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

ОПК-6: Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Знать:

Уровень 1	основные информационно-коммуникационные технологии и основные требования информационной безопасности
Уровень 2	Студент достаточно и осознанно выстраивает ответ, содержащий большую часть основные информационно-коммуникационные технологии и основные требования информационной безопасности; легко ориентируется в системе средств массовой информации и коммуникации, системе журналистских жанров, видов СМИ;
Уровень 3	Студент полно, глубоко и осознанно выстраивает ответ, содержащий основные информационно-коммуникационные технологии и основные требования информационной безопасности; легко и аргументировано ориентируется в системе средств массовой информации и коммуникации, системе журналистских жанров, методов и приемов сбора и обработки информации для различных видов СМИ;

Уметь:

Уровень 1	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры
Уровень 2	Студент легко решает стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры; свободно и уверенно отбирает социально значимую информацию, планирует и организывает взаимодействие служб медиа, связей с общественностью, рекламы;
Уровень 3	Студент осознанно и последовательно решает стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры; свободно и уверенно отбирает социально

Владеть:	
Уровень 1	культурой применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности
Уровень 2	Студент демонстрирует достаточно уверенное владение культурой применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности; пользуется большей частью навыков работы в журналистском коллективе, основами практической деятельностью в данной сфере: навыками мониторинга, анализа материалов СМК для использования в деятельности СО и рекламы
Уровень 3	Студент демонстрирует свободное, уверенное владение культурой применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности; легко и последовательно пользуется навыками работы в журналистском коллективе, основами практической деятельностью в данной сфере: навыками мониторинга, анализа материалов СМК для использования в деятельности СО и рекламы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные информационно-коммуникационные технологии и основные требования информационной безопасности
3.2	Уметь:
3.2.1	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры
3.3	Владеть:
3.3.1	культурой применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте факт.	Примечание
	Раздел 1. Журналистика в системе жизни общества						
1.1	Журналистика в системе жизни общества /Лек/	3	3		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л3.1	0	
1.2	Журналистика в системе жизни общества /Пр/	3	5	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1	0	
1.3	Журналистика в системе жизни общества /Ср/	3	80	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л3.1	0	
1.4	/Лек/	3	0	ОПК-6		0	
	Раздел 2. Жанровая система журналистики						
2.1	Жанровая система журналистики /Лек/	3	3	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л2.5 Л3.1	0	
2.2	Жанровая система журналистики /Пр/	3	5	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.4 Л3.1	0	
2.3	Жанровая система журналистики /Ср/	3	80	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л3.1	0	
2.4	/Зачёт/	3	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.5 Л3.1	0	
2.5	/КР/	3	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л2.3 Л3.1	0	
	Раздел 3. Экономика средств массовой информации						

3.1	Экономика средств массовой информации /Лек/	4	3	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.5 Л3.1	0	
3.2	Экономика средств массовой информации /Пр/	4	5	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.3 Л3.1	0	
3.3	Экономика средств массовой информации /Ср/	4	80	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.4 Л3.1	0	
Раздел 4. Профессиональное мастерство журналиста							
4.1	Профессиональное мастерство журналиста /Лек/	4	3	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л3.1	0	
4.2	Профессиональное мастерство журналиста /Пр/	4	5	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.5 Л3.1	0	
4.3	Профессиональное мастерство журналиста /Ср/	4	75	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2 Л2.4 Л3.1	0	
4.4	/Экзамен/	4	3	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.3	0	

4.5	/Контр.раб./	4	6	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.2	0	
-----	--------------	---	---	-------	--------------------------------	---	--

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены в приложении 1

5.2. Темы письменных работ

Представлены в приложении 1

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены в приложении 1

5.4. Перечень видов оценочных средств

Контрольная работа, зачет, экзамен, тестирование

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Гнатюк О. Л.	Основы теории коммуникации: допущено УМО по направлениям педагогического образования в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 050400 "Социально-экономическое образование"	Москва: КноРус, 2012	10
Л1.2	Шарков Ф. И.	Коммуникология: основы теории коммуникации	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2013	20
Л1.3	Гавра Д. П.	Основы теории коммуникации: Учебник	М.: Издательство Юрайт, 2016	1
Л1.4	Кожемякин Е. А.	Основы теории коммуникации: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------------------	----------	-------------------	----------

Л2.1	Киселёв А.Г.	Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть: учебник	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015	1
Л2.2	Марков А. А., Молчанова О. И., Полякова Н. В.	Теория и практика массовой информации: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014	1
Л2.3	Марков А. А., Молчанова О. И., Полякова Н. В.	Теория и практика массовой информации: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016	1
Л2.4	Маркасов М.Ю.	Теория и практика массовой информации: учебно-методическое пособие	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.5	Шарков Ф. И., Силкин В.В.	Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Грехова И. П., Мамкина Т. М., Меренков В. А., Плеханова Н. П.	Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, подготовке к сдаче зачетов и экзаменов, написанию и защите курсовых и выпускной квалификационной (дипломной) работ: для студентов специальности 030301.65 "Психология служебной деятельности", квалификации "Специалист"	Сургут: Сургутский государственный университет, 2016	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	портал психологических изданий
Э2	каталог бесплатных авторефератов и диссертаций (психологические науки)
Э3	БД Сургутский Государственный университет «Книги»
Э4	БД Сургутский Государственный университет «Периодические издания»
Э5	«Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью
Э6	Федеральный закон «О рекламе». Официальный сайт компании «КонсультантПлюс».
Э7	Советник. Популярный сайт о PR.

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	операционная система OS Windows W7, W8, W10;
6.3.1.2	браузеры
6.3.1.3	интегрированный пакет Microsoft Office 2013

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

http://www.garant.ru Информационно-правовой портал Гарант.ру http://www.consultant.ru/ Справочно-правовая система Консультант Плюс
--

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная компьютером и мультимедийным оборудованием.
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Представлены в приложении 2
