

Программа учебной дисциплины Б.1. Б.01 История

Рекомендуется для направления подготовки: 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «История» - формирование представлений о культурно-цивилизационной специфике России, роли российской цивилизации во всемирно-историческом процессе.

Осмысление исторического опыта предполагает развитие навыков объективной оценки событий, личностей и процессов прошлого и настоящего, усвоение идеи единства мирового историко-культурного процесса при одновременном признании многообразия и уникальности его форм. Изучение истории своей страны не только способствует патриотическому и гражданскому воспитанию, но и позволяет выработать комплексный подход к анализу явлений современной действительности.

Основными **задачами** курса являются:

1. понимание периодизации истории, отдельных процессов и событий;
2. овладение навыками анализа места России на геополитической карте и в «историческом пространстве» различных эпох, деятельности конкретных исторических личностей,
3. развитие умений навыков оперирования историческими знаниями, извлечение их из исторических источников, личностного осмысления исторического опыта своего и других народов.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП)

Дисциплина включена в базовую часть ОП.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать знаниями, умениями и компетенциями в объеме курсов истории и обществоведения средней общеобразовательной школы.

Дисциплина «История» является предшествующей / параллельной для такой дисциплины как «Философия».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-1, ОК-2, ОПК-5, ОПК-6:

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Контактная работа с преподавателем (всего)	54	54			
в том числе:					
Лекции	20	20			
Практические занятия (ПЗ)	34	34			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	54	54			
в том числе:					
Курсовая работа (проект)					
Реферат					

другие виды самостоятельной работы:					
Работа с информационными источниками;	27	27			
Подготовка к тестированию	16	16			
Подготовка к деловой игре	2	2			
Создание презентаций	9	9			
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Экз	Экз			
Общая трудоемкость: часов зачетных единиц	108	108			
	3	3			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Введение	Место истории в системе наук. Теория и методология исторической науки. Сущность, формы, функции исторического знания. Исторические источники. История России – часть всемирной истории: общее и особенное в историческом развитии. Российская цивилизация между Западом и Востоком. Основные этапы отечественной и мировой историографии по истории России.
	Древнерусское государство в IX- XIII веках	Становление и развитие Древнерусского государства. Деятельность первых русских князей. «Русская правда». Феодалная раздробленность. Русь и Орда. Взаимоотношения Руси с католической Европой. Культура Древней Руси
3	Московское государство в XIV - XVII веках	Объединение русских земель вокруг Москвы. Реформы Ивана III и Ивана Грозного. Опричнина. Смутное время. Ополчение Минина и Пожарского. Деятельность первых царей династии Романовых. «Бунташный век» Культура средневековой Руси.
4	Россия в XVIII веке	Модернизация России при Петре I. Внешняя политика Российской Империи и ее место на международной арене. Эпоха дворцовых переворотов. «Просвещенный абсолютизм» Екатерины Великой. Европеизация российской культуры.
5	Россия в XIX веке	Реформы Александра I. Отечественная война 1812 года. Восстание декабристов. «Николаевская Россия». «Великие реформы» Александра II. Внешняя политика и расширение территории Российской империи в XIX веке. Политический режим в России второй половины XIX века. Российская культура XIX века.
6	Россия в начале XX века	Модернизация России на рубеже XIX – XX веков. Первая русская революция. Русско-Японская война. Столыпинские реформы. Участие России в Первой мировой войне. Революция 1917 года. Первые декреты советской власти. Гражданская война.
7	Формирование и сущность советского строя 1921 - 1953 гг.	Новая экономическая политика. «Полоса признаний» СССР и внешняя политика советского государства. Сталинская политическая система. Индустриализация.

		Коллективизация. Культурная революция. СССР в Великой Отечественной войне.
8	Советский Союз в 1950-1980-х гг.	Геополитическая ситуация в послевоенном мире и участие СССР холодной войне. Реформы Н. С. Хрущева. «Оттепель». Эпоха «застоя». Социально-экономическое положение в СССР в период «развитого социализма».
9	От СССР к Российской Федерации.	«Перестройка». Гласность. Плюрализм. Отмена однопартийной системы. «Парад суверенитетов» и распад СССР. Путч ГКЧП. Экономические реформы 1990-х гг. Политический кризис 1993 года. Конституция РФ. Социально-экономическое развитие РФ на рубеже XX – XXI вв. Россия как многонациональное государство. Культура современной России.

Программа учебной дисциплины Б1.Б.02 Философия

Рекомендуется для направления подготовки: 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Философия» - формирование представления о философии как способе познания и духовного освоения мира.

Основными **задачами** курса являются:

- **понимание** основных разделов современного философского знания, философских проблем и методов их исследования;
- **овладение навыками** работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами, базовыми принципами и приемами философского познания; овладение приемами ведения дискуссии, диалога;
- **развитие умений** логично формулировать, излагать и аргументировано отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения; умения критически воспринимать и оценивать источники информации.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в базовую часть ОП (Б1.Б.02).

Для успешного изучения дисциплины студент должен:

Цель дисциплины:

«Изучение курса «Философия» ставит своей целью изучение феномена рекламы в социокультурном контексте, ее влияния на формирование и развитие социализации и идентификации личности».

Основными **задачами** курса являются:

- формирование у студентов понятия о рекламе не только как продукте профессиональной деятельности, но и с точки зрения ее мировоззренческой, нравственной, социологической, культурологической и психологической составляющих;
- рассмотрение рекламной деятельности как универсального знаково-смыслового пространства современной культуры;
- определение связи рекламы с общемировыми процессами, когда в условиях глобализации она становится наиболее существенным фактором общемировой интеграции;
- раскрытие содержания рекламы как дифференцирующего начала (напр., различия между культурами – от гендерных до этнических);
- соотнесение связи рекламы с массовой культурой и массовым сознанием: массы и массовое сознание как объекты рекламного воздействия;

- рассмотрение рекламно-информационного пространства в структуре информационного общества;
- раскрытие символической природы рекламы (в частности, в контексте проблемы «язык и мышление»).

Дисциплина «Философия» является предшествующей для таких дисциплин, как: «Философия в рекламе», «Культурные архетипы в рекламе и связях с общественностью», «Фольклорно-мифологические образы в маркетинговых коммуникациях», «Коммуникации в контексте постиндустриального общества», «Психология», «Политология в профессиональной деятельности».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-1, ОК-6, ОПК-5, ОПК-6

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа с преподавателем (всего)	54	54			
В том числе:					
Лекции	20	20			
Практические занятия (ПЗ)	-	-			
Семинары (С)	34	34			
Лабораторные работы (ЛР)	-	-			
Самостоятельная работа (всего)	54	54			
<i>В том числе:</i>					
Эссе	8	8			
Подготовка конспекта	10	10			
Подготовка доклада	10	10			
Работа с информационными источниками	10	10			
Анализ и интерпретация результатов	8	8			
Творческое задание	8	8			
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	36	36			
Общая трудоемкость часов	144	144			
зачетных единиц	4	4			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Философия, её предмет и место в культуре	Философия, её предмет, специфика философского знания. Функции философии.
2	Исторические типы философии. Философские традиции и современные дискуссии.	Античная философия. Философия средневековья и нового времени Западноевропейская философия XIX-XX веков. Традиции отечественной философии.
3	Философская онтология.	Проблема бытия в философии.

4	Теория познания.	Познание как предмет философского анализа.
5	Философия и методология науки.	Наука в зеркале философской рефлексии.
6	Социальная философия и философия истории.	Философское понимание общества и его истории. Общество как саморазвивающаяся система.
7	Философская антропология.	Антропосоциогенез и его комплексный характер.
8	Философские проблемы в области профессиональной деятельности.	Язык и мышление.

Программа учебной дисциплины Б1.Б.03 Иностранный язык

**Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Иностранный язык» — сформировать у студентов способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Основными задачами курса являются:

понимание основных языковых явлений и процессов в русском и иностранном языке; особенностей устной и письменной речи русского и иностранного языка в сфере личностной коммуникации; особенностей стиля русских и иностранных текстов, используемых в сфере рекламы и PR; основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правил и законов эффективного общения;

овладение навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов; лексическими и грамматическими навыками в объеме, достаточном для повседневного общения на иностранном языке; навыками редактирования и копирайтинга;

развитие умений анализировать и интерпретировать различные типы текстов, включая художественные; построить диалог на русском и иностранном языке в соответствии с заданными коммуникативными задачами; создать на основе стандартных методик и действующих нормативов различные типы текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст); грамотно в орфографическом, пунктуационном и речевом отношении оформлять тексты на русском и иностранном языке, используя словари, справочники; грамотно строить устное и письменное высказывание определенной жанровой специфики, уместно используя выразительные возможности языка.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в базовую часть ОП.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать компетенциями, сформированными в средней общеобразовательной школе, поскольку изучение дисциплины начинается в первом семестре.

Дисциплина «Иностранный язык» изучается в 1,2,3 и 4 семестрах и является предшествующей для таких дисциплин как Деловая коммуникация, Технология речевого манипулирования в медиакоммуникациях, речевое воздействие в медиакоммуникациях

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине ОК-4; ОК-5; ОПК-3; ПК-16; ПК-20; ПК-23

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Контактная работа с преподавателем (всего), в том числе:	144	36	36	36	36
лекции					
практические занятия (ПЗ)	144	36	36	36	36
семинары (С)					
лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	144	36	36	54	18
Другие виды самостоятельной работы	144	36	36	54	18
Подготовка презентаций		10	8	12	4
Решение практических задач		8	10	14	4
Написание эссе по теме		10	8	14	6
Подготовка к тесту		8	10	14	4
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		зачет		Экзамен	зачет
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	288	72	72	108+36	36
	9	2	2	4	1

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Все обо мне	Чтение: Текст 1. A good beginning. Текст 2. A student Грамматика: глагол «to be» в Present Indefinite, повелительное наклонение; личные местоимения; указательные местоимения; множественное число существительных. Говорение: Рассказ о себе. Представление людей (члены семьи, друзья и др.). Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе “Self-Portrait”.
2	Моя семья и друзья	Чтение: Текст 1. A family album. Текст 2. My best friend Nick. Грамматика: глаголы «to be», «to have» в Present Indefinite; притяжательные местоимения; притяжательный падеж существительных. The Present Indefinite Tense. Говорение: Люди, окружающие тебя. Внешность. Характер. Типы. Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе “A mysterious person”.
3	Место, где живу	Чтение: Текст 1. My flat. Текст 2. Arranging the room Грамматика: Вводное «there» с глаголом «to be»; «some», «any», «no» и их производные; «much»/»many», «little»/»few»;

		предлоги места и направления. Говорение: Дом и квартира. Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе "My household duties". Презентация: Дом моей мечты.
4	Рабочий день	Чтение: Текст 1. An Englishman's diary. Текст 2. A student's day. Грамматика: The Past Indefinite Tense; предлоги времени; irregular verbs (неправильные глаголы). Говорение: Мой типичный день. Аудирование: The burglars' friend. Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе "My ordinary day"
5	Путешествия	Чтение: Текст 1. Tourists in London. Текст 2. Plans for the summer holidays. Грамматика: The Future Indefinite Tense; способы выражения отнесенности к будущему; оборот «to be going» + Infinitive. Говорение: Место, куда хотел бы поехать Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе "The best holidays in my life".
6	Магазины и Покупки	Чтение: Текст 1. The big stores of London. Текст 2. At the shoe shop Грамматика: The Continuous Tense Forms. Говорение: Шопинг. В магазине. Аудирование: Paradise for shoppers Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе "The best place for shopping".
7	Еда и здоровый образ жизни	Чтение: Текст 1. Meals in England. Текст 2. Keeping fit Грамматика: the Present Perfect Tense; Degrees of Comparison of Adjectives and Adverbs (степени сравнения прилагательных и наречий). Говорение: Мой режим питания. Как поддерживать форму. Аудирование: Hollywood kids Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе "Tell me what you eat and I'll tell you what you are". Круглый стол: To be healthy and fit you should know what to eat.
8	Погода и климат	Чтение: Текст 1. The weather forecast. Текст 2. The seasons. Текст 3. A rainy day episode. Грамматика: Degrees of Comparison (степени сравнения) (продолжение); Modal Verbs (модальные глаголы). Говорение: О погоде и климате. Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе "My favourite season".
9	Куда пойти вечером	Чтение: Текст 1. Susan and Derek go out with friends. Текст 2. A day off work Грамматика: The Past and the Future Perfect Tenses; Disjunctive Questions (разделительные вопросы). Говорение: Планы на вечер. Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе "My favourite way to spend free time".
10	Великобритания. Лондон	Чтение: Текст 1. The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland. Текст 2. London Грамматика: Passive Voice (The Indefinite Tenses) (Пассивный залог); Артикли.

		<p>Говорение: О Великобритании и ее столице. Аудирование: Parks of London Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе “My native city” Презентация: Объединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии</p>
11	Традиции и обычаи	<p>Чтение: Текст 1. Traditions and customs. Текст 2. Memories of Christmas Грамматика: Пассивный залог Passive Voice (The Perfect and Continuous Tenses); Артикли Говорение: Праздники в моей стране. Аудирование: Uncle John’s Christmas. Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе “My favourite holiday”. Ролевая игра: Традиционный английский праздник.</p>
12	История Англии. Образование	<p>Чтение: Текст 1. The Romans’ invasion. Текст 2. In a train for Hastings. Текст 3. English universities. Грамматика: Согласование времен Sequence of Tenses; Прямая и косвенная речь. Говорение: История Англии. Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе “Education in Russia”. Презентация: Наш университет.</p>
13	Музыка и искусство	<p>Чтение: Текст 1. Music creates magic. Текст 2. The great landscape painters. Грамматика: Сослагательное наклонение The subjunctive mood. Говорение: В чем разница между хорошо нарисованным портретом и фотографией? Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе “The arts in my life”. Презентация: Моя креативность.</p>
14	Реклама и связи с общественностью в мире	<p>Чтение: Текст 1. Create Images. Текст 2. The Advertising Development. Грамматика: Сослагательное наклонение The subjunctive mood. Говорение: Что такое «продвижение»? Письмо: Словарный диктант. Лексико-грамматический тест. Эссе “Advertising: the Art or Just Business”. Презентация: Мой рекламный проект.</p>

Программа учебной дисциплины
Б.1.Б.04 Коммуникативно-речевой практикум

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины – формирование навыков эффективного общения в различных ситуациях как основы профессиональной деятельности специалиста в области медиакоммуникаций

Данная цель определила **задачи**:

1. понимание теоретических основ учебной дисциплины.
2. развитие умений эффективно выстраивать коммуникацию в разных речевых ситуациях
3. овладение навыками создания письменных и устных коммуникативных продуктов, необходимых для научно-учебной и профессиональной деятельности

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен

знать:

- стилевые черты и языковые особенности официально-делового стиля русского языка,
- основные виды личных документов, их структурно-композиционные и речевые особенности (заявление, автобиография, доверенность),

обладать умениями:

- определять тексты официально-делового стиля, находить их стилевые черты и языковые особенности,

- выявлять элементы, не соответствующие текстам официально-делового стиля,

- создавать тексты личных документов.

владеть способами.

- редактирования текстов официально-делового стиля.

Дисциплина «Коммуникативно-речевой практикум» является предшествующей для таких дисциплин, как «Обучение персонала в сфере медиакоммуникаций», «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Управление персоналом в профессиональной деятельности персоналом», «Основы взаимодействия с медиа», «Интерактивные формы профессионального обучения», «Педагогическая риторика»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

ОК-4, ОПК-3, ОПК-7, ПК-16

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2		
Аудиторные занятия (всего)	72	36	36		
в том числе:					
Лекции (Л)					
Практические занятия (ПЗ)	72	36	36		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	72	36	36		
Работа с информационными источниками	16	14	2		
Проект	8		8		
Реферат	12	8	4		
Деловая игра	6	2	4		
Выступление с докладом	6		6		
Подготовка конспекта	24	16	8		
Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет	зачет		
Общая трудоемкость 144 часа	144	72	72		
4 зачетные единицы					

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Коммуникативная ситуация.	Понятие коммуникативной ситуации. Составляющие коммуникативной ситуации. Виды общения в зависимости от компонентов коммуникативной ситуации
2.	Законы, правила и принципы бесконфликтного общения	Законы общения Принципы бесконфликтного общения Правила бесконфликтного общения
3.	Особенности межличностной	Коммуникативные роли. Стили общения:

	коммуникации	манипулятивный, примитивный, стандартизованный, конвенциональный, деловой, игровой, духовный
4.	Этикет как компонент коммуникации	Этикет. Речевой этикет, особенности русского речевого этикета. Особенности русского коммуникативного поведения
5.	Информирование и воздействие как основа коммуникации	Вербальные и невербальные средства воздействия
6	Устная и письменная коммуникация в научно-учебной сфере	Требования к речевому поведению участников коммуникации в научно-учебной сфере. Особенности устной коммуникации. Особенности письменной коммуникации
7.	Устная и письменная коммуникация в официально-деловой сфере	Требования к речевому поведению участников коммуникации в официально-деловой сфере. Особенности устной коммуникации. Правила ведения деловых телефонных переговоров. Особенности письменной коммуникации. Правила оформления личных деловых бумаг Деловая переписка

Программа учебной дисциплины Б.1.Б.05 Орфография и пунктуация

Рекомендуется для направления подготовки: **44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)** **профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Орфография и пунктуация» – формирование устойчивых представлений о нормах письменной русской речи.

Основными задачами курса являются:

понимание природы языковой нормы и вариативности языкового знака;

овладение навыками орфографического и пунктуационного анализа;

развитие умений создавать письменное высказывание с соблюдением орфографических и пунктуационных норм современного русского языка.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина «Орфография и пунктуация» включена в базовую часть ОП.

Для освоения дисциплины «Орфография и пунктуация» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения курса русского языка в средней общеобразовательной школе.

Студент должен:

– знать о нормах русского литературного языка и иметь представление о роли языка в жизни человека, общества, государства;

– обладать умениями: применять знания норм русского литературного языка в речевой практике; представлять тексты в виде тезисов, конспектов, аннотаций, рефератов, сочинений различных жанров;

– владеть языковыми средствами – уметь ясно, логично и точно излагать свою точку зрения, использовать адекватные языковые средства; свободно общаться в различных формах и на разные темы; владеть навыками самоанализа и самооценки на основе наблюдений за собственной речью

Дисциплина « Орфография и пунктуация» является предшествующей для таких дисциплин, как «Коммуникативно-речевой практикум», «Методика обучения технологии проектирования текстов медиакоммуникации», «Модели анализа текстов медиакоммуникации».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций: ОК-4, ОПК-3 , ОПК-4.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единицы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		I	
Контактная работа с преподавателем (всего), в том числе:	54	54	
лекции			
практические занятия (ПЗ)	54	54	
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	54	54	
курсовая работа	-	-	
реферат	-	-	
Другие виды самостоятельной работы			
Решение практических задач	30	30	
Анализ и интерпретация результатов	10	10	
Работа с информационными источниками	14	14	
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)			
Общая трудоемкость	часов	108	108
	зачётных единиц	6	6

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Орфографические правила	<p>Правила употребления букв. Гласные не после шипящих и Ц. Гласные после шипящих и Ц. Буквы Ъ и Ь (разделительные Ъ и Ь, буква Ь для обозначения мягкости согласных, буква Ь для обозначения грамматических форм).</p> <p>Правила написания значимых частей слова (морфем).</p> <p>Правописание корней слов. Правописание безударных гласных в корнях слов. Правописание чередующихся гласных в корнях слов. Правописание глухих и звонких согласных в корнях слов. Правописание непроизносимых согласных в корнях слов. Правописание двойных согласных в корнях слов. Группы согласных на стыке значимых частей слова. Правописание приставок. Безударные гласные в приставках. Согласные в приставках. Приставки на З / С. Приставки ПРЕ- / ПРИ-.</p> <p>Правописание суффиксов имен существительных.</p> <p>Правописание суффиксов имен прилагательных. Правописание гласных в суффиксах глаголов, причастий и деепричастий. Н и НН в суффиксах различных частей речи. Правописание окончаний имен существительных. Правописание окончаний имен прилагательных. Правописание окончаний глаголов и глагольных форм.</p> <p>Слитное, дефисное и раздельное написание слов.</p> <p>Правописание существительных. Правописание прилагательных. Правописание числительных. Правописание наречий. Правописание служебных частей речи и междометий. Написание частиц. Написание частиц НЕ и НИ.</p> <p>Правила употребления прописных и строчных букв.</p> <p>Правила переноса.</p>

2	Правила пунктуации	русской	<p>Знаки препинания в простом предложении.</p> <p>Знаки препинания при однородных членах предложения.</p> <p>Знаки препинания при однородных членах предложения с союзами и без союзов. Знаки препинания при однородных членах предложения с обобщающими словами. Знаки препинания при однородных определениях.</p> <p>Знаки препинания при обособленных членах предложения.</p> <p>Знаки препинания при обособленных согласованных и несогласованных определениях. Знаки препинания при обособленных приложениях. Знаки препинания при обособленных обстоятельствах. Знаки препинания при ограничительно-выделительных оборотах, уточняющих, пояснительных и присоединительных членах предложения.</p> <p>Знаки препинания при сравнительных оборотах.</p> <p>Знаки препинания при словах, грамматически не связанных с членами предложения. Знаки препинания при вводных словах, сочетаниях слов и предложениях. Знаки препинания при вставках. Знаки препинания при обращениях. Знаки препинания при междометиях и междометных предложениях.</p> <p>Знаки препинания в сложном предложении. Знаки препинания в сложносочиненном предложении. Знаки препинания в сложноподчиненном предложении. Знаки препинания в бессоюзном сложном предложении. Знаки препинания в сложных синтаксических конструкциях.</p> <p>Сочетание знаков препинания, последовательность их расположения, взаимодействие знаков в сложных конструкциях.</p> <p>Знаки препинания при прямой речи и цитатах.</p> <p>Активные процессы в области современной русской пунктуации.</p>
---	--------------------	---------	--

Программа учебной дисциплины Б1.Б.06 Педагогика

Рекомендуется для направления подготовки: 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Педагогика» - формирование системы компетенций, наличие которых обеспечит готовность бакалавра к решению основных профессиональных задач в образовательно-проектировочной и организационно-технологической деятельности.

Основными **задачами** курса являются:

- **Понимание:**

- особенностей профессионально-педагогической деятельности и необходимости непрерывного профессионального образования (самообразования);
- нормативно-правовых документов в сфере образования;
- сущности современных концепций обучения и воспитания;
- зависимости педагогического процесса от социальных, возрастных, психофизических и индивидуальных особенностей обучающихся;
- условий эффективного использования методов, форм и технологий учебно-воспитательного процесса.

- **Овладение навыками:**

- поиска и использования необходимой психолого-педагогической, методической литературы, правовых документов в ходе профессиональной подготовки и в процессе решения конкретных профессиональных задач;

- стимулирования активности и инициативы обучающихся;

- использования современных методов и форм учебно-воспитательной работы, направленные на развитие у обучающихся познавательной активности, самостоятельности и творческих способностей.

• Развитие умений:

- организовывать свою деятельность в соответствии с нормативно-правовыми документами сферы образования;

- взаимодействовать с участниками образовательного процесса;

- организовывать сотрудничество обучающихся, поддерживать их активность, инициативность и самостоятельность, развивать их творческие способности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими результатами освоения основной образовательной программы (ФГОС СОО):

Личностные результаты освоения основной образовательной программы должны отражать:

- 1) сформированность основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества; готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;

- 2) готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;

Метапредметные результаты освоения основной образовательной программы должны отражать:

- 1) умение самостоятельно определять цели деятельности и составлять планы деятельности; самостоятельно осуществлять, контролировать и корректировать деятельность; использовать все возможные ресурсы для достижения поставленных целей и реализации планов деятельности; выбирать успешные стратегии в различных ситуациях;

- 2) умение продуктивно общаться и взаимодействовать в процессе совместной деятельности, учитывать позиции других участников деятельности, эффективно разрешать конфликты;

- 3) готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;

- 4) владение навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований, границ своего знания и незнания, новых познавательных задач и средств их достижения.

Студент должен знать:

- основные закономерности историко-культурного развития человека и человечества;

- роль культуры в человеческом обществе;

- сущность естественнонаучной картины мира, место и роль человека в природе и обществе.

Уметь:

- использовать локальные и глобальные компьютерные сети для сбора, обработки и анализа информации;

- использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации в учебной деятельности.

Владеть:

- культурой мышления, способен к восприятию информации, способен к постановке цели и выбору путей ее достижения;

- логически верной устной и письменной речью;

- различными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации;
- методами работы с компьютером как средством управления информацией;
- навыками публичной речи, ведения дискуссии и полемики.

Дисциплина «Педагогика» является предшествующей для таких дисциплин, как: «Психология», «Основы взаимодействия с рекламодателями», «Практическое обучение», «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Интерактивные формы профессионального обучения», «Методика обучения управленческой деятельности», «Методика обучения проектной деятельности»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-7, ОПК-9, ПК-15, ПК-18, ПК-27, ПК-28.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	
Контактная работа с преподавателем (всего)	108	36	36	36	
В том числе:					
Лекции	42	14	14	14	
Практические занятия (ПЗ)	66	22	22	22	
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	108	36	36	36	
В том числе:					
Эссе, доклад	8	8			
Изучение документов	6	6			
Составление опорных конспектов, схем, таблиц	16	16			
Исследовательское задание	6	6			
Разработка рекомендаций	19,5		19,5		
Проектирование и проведение учебного занятия, проекта, индивидуальной образовательной траектории	23			23	
Разработка критериев оценки	17		13	4	
Изучение опыта деятельности	4			4	
Составление программы	3,5		3,5		
Разработка методик	5			6	
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	36			Экзамен 36	
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	252	72	72	108	
	7	2	2	3	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Введение в профессионально-педагогическую деятельность	Общая характеристика профессионально-педагогической деятельности. Профессионализация деятельности и личности педагога профессионального обучения. Цели и пути повышения профессионализма. Современные требования к профессионалу. Профессиональные и ключевые квалификации и компетенции.
2	Общие основы педагогики	Педагогика как наука об образовании человека. Основные категории педагогики. Методология и педагогики и методика педагогических исследований. Целостный педагогический процесс.
3	Образование как социокультурный феномен	Сущность, аспекты и функции образования. Система образования РФ. Нормативно-правовые основы образования.
4	Образовательный процесс в профессиональном учебном заведении и его проектирование	Проектирование образовательного процесса в профессиональном образовании. Закономерности и принципы обучения. Проектирование содержания профессионального образования. Формы и методы профессионального обучения и их проектирование. Дидактические средства профессионального обучения.
5	Управление профессиональным образованием	Сущность, функции и принципы управления образовательными системами. Мониторинг профессионально-образовательного процесса. Контроль как функция управления. Педагогический коллектив, его формирование и развитие.
6	Теория воспитания	Сущность воспитания, его закономерности и принципы. Базовые теории и концепции воспитания и развития. Организация педагогического взаимодействия. Общая характеристика технологий педагогической деятельности. Организация групповой работы. Коллектив как объект и субъект воспитания. Самоуправление в коллективе. Методы и приемы воспитания. Формы воспитания.
7	Технологии организации деятельности	Изучение результатов и эффективности педагогической деятельности. Оценивание в педагогической деятельности. Анализ педагогической деятельности. Технологии целеполагания. Технологии планирования. Технология решения педагогической проблемы. Технология организация деятельности в коллективе.
8	Образовательные технологии	Технология модульного обучения. Дифференцированное обучение. Поисковые и исследовательские технологии. Проблемное обучение. Технология Кейс-стади. Проектная деятельность школьников. Дискуссия в педагогическом процессе. Технология РКМЧП. Технология игровой деятельности. Технология педагогические мастерские. Технология Образ и мысль. Технологии интеграции в

		образовательном процессе.
9	Технологии проектирования образовательного процесса	Проектирование комплексной формы воспитания. Проектирование учебного занятия. Проектирование индивидуальной образовательной деятельности. Основные направления воспитательной деятельности, их реализация в учреждениях различного типа.

Программа учебной дисциплины **Б1.Б.07 Психология**

Рекомендуется для направления подготовки **44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)** **Профиль Медиакоммуникации**

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Психология» – формирование у студентов целостной системы знаний о психологических закономерностях возникновения, становления и функционирования психической реальности.

Основными **задачами** курса являются:

- понимание теории, методологии психологической науки;
- овладение навыками проведения психологического обследования;
- развитие умений применять полученные знания при организации учебно-воспитательного процесса.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы (ООП)

Дисциплина включена в **базовую часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетентностями: «Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития для формирования патриотизма и гражданской позиции (ОК-2 «Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4)»; «Готовность поддерживать уровень физической подготовки, обеспечивающий полноценную деятельность (ОК-8)».

Студент должен:

– - знать значение гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; этапы и особенности развития всеобщей истории, основные тенденции исторического развития России и мировой истории, понимать значение исторического знания, опыта и уроков истории; основные методы и способы получения, хранения и переработки информации; основы построения различных типов текстов с учетом их лексико-стилистических, грамматических и организационно-композиционных особенностей;

– - обладать умениями использовать основные положения и методы исторических наук в профессиональной деятельности; адаптироваться к разным социокультурным реальностям; проявлять толерантность к национальным, культурным и религиозным различиям; использовать полученные знания для развития своего общекультурного потенциала в контексте задач профессиональной деятельности; планировать и организовывать коммуникационный процесс; создавать различные типы текстов с учетом их лексико-стилистических, грамматических и организационно-композиционных особенностей;

- владеть: навыками ориентации в различных этапах общечеловеческой цивилизации, понимать место и роль российской истории в мировом контексте, принимать нравственные обязательства по отношению к историко-культурному наследию. навыками работы с различными типами текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразие; нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации.

Дисциплина «Психология» является предшествующей для таких дисциплин как «Психология медиакоммуникаций», «Маркетинговые исследования в профессиональной

деятельности», «Технология речевого манипулирования в медиакommunikациях», «Речевое воздействие в медиакommunikациях».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-5, ОК-6, ОПК-1, ОПК-7, ОПК-10, ПК-1, ПК-8.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры*		
		3 семестр	4 семестр	5 семестр
Контактная работа с преподавателем (всего)	108	36	36	36
в том числе:				
Лекции (Л)	66	14	14	14
Практические занятия (ПЗ)				
Семинары (С)	96	22	22	22
Лабораторные работы (ЛР)				
Самостоятельная работа (всего)	108	36	36	36
в том числе:				
Работа с информационными источниками	54	18	18	18
Практические задачи	30	10	10	10
Конспект	24	8	8	8
Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	36			экзамен 36
Общая трудоемкость:				
часов	252	72	72	108
зачетных единиц	7	2	2	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Психология как наука.	Предмет, задачи, методы и структура современной психологии. Методология психологии. Проблема человека в психологии. Основные этапы развития психологии. Психологические теории и направления. Основные психологические школы. Постановка и пути решения фундаментальных и практических психологических проблем на разных этапах развития психологии.
2.	Психика человека как предмет системного исследования	Понятие о психике. Описание и общая характеристика психических явлений. Функциональная и структурная организация психики. Психические функции, процессы, свойства, состояния. Сознание и самосознание. Мозг и психика. Мозг как функциональная система. Функциональная асимметрия мозга.
3.	Личность	Понятия: личность, индивид, индивидуальность, субъект деятельности. Основные психологические теории личности. Самосознание личности. Понятие Я-концепции. Структура и функции Я-концепции. Формирование Я-концепции. Мотивационная сфера личности. Основные характеристики и классификация потребностей. Функции мотива. Мотив и цель. Основные концепции мотивации.
4.	Деятельность	Деятельность и поведение. Деятельностный подход и общепсихологическая теория деятельности. Понятие и структура

		деятельности. Основные виды деятельности. Общение и деятельность, психомоторная организация личности.
5.	Познавательная сфера личности	Познание, его структура и функции. Понятие ощущения и восприятия, их виды и свойства. Память. Виды, законы и свойства памяти. Мнемические процессы, мнемическая деятельность. Мышление. Понятие, виды и свойства мышления. Формы мыслительной деятельности. Речь. Виды и функции речи. Мышление и речь как деятельность. Воображение. Виды воображения. Понятие, виды и свойства представления. Внимание. Виды, законы, функции внимания. Организация внимания.
6.	Эмоционально-волевая сфера личности	Понятие эмоций и чувств. Качества и виды эмоций. Динамика протекания эмоций. Основные формы переживания чувств. Управление эмоциональными состояниями. Понятие воли, волевого усилия. Структура волевого акта. Волевые процессы, свойства, состояния.
7.	Темперамент и характер	Понятие темперамента. Учение о типах ВНД. Свойства, типы темперамента. Учет особенностей темперамента в учебной и профессиональной деятельности. Понятие характера. Внешние проявления характера. Структура характера. Теории черт и типов в психологии характера. Формирование характера
8.	Способности	Понятие и структура способностей. Виды способностей. Классификация способностей. Способности и деятельность. Способности и задатки. Одаренность. Развитие способностей.
9.	Социальная психология как наука	Предмет, задачи, структура, методологические принципы социальной психологии. Основные этапы развития социальной психологии, ее место в системе наук. Подходы к предмету социальной психологии, их характеристика. Теоретические и прикладные задачи социальной психологии.
10.	Социальная психология группы	Группа как социально-психологический феномен. Групповая динамика. Механизмы и закономерности развития группы и межличностных отношений в ней. Основные стадии и уровни развития группы и их характеристика. Психология больших и малых групп. Этнопсихология.
11.	Межличностные отношения	Организация совместных форм деятельности, методические приемы организации. Феномены группового давления, конформизма, сплоченности и межгруппового взаимодействия. Социальная перцепция, каузальная атрибуция, межличностная аттракция. Феномены лидерства, стили лидерства, Их характеристика на различных этапах развития группы. Принятие группового решения, эффективность деятельности малой группы. Межличностные конфликты и их динамика.
12.	Проблемы личности в социальной психологии	Социализация личности. Описательные и экспериментальные критерии развития личности. Закономерности социализации, их характеристики. Социальная установка и реальное поведение. Гуманитарные технологии воздействия на личность.
13.	Предмет, задачи, методы возрастной и педагогической психологии.	Предмет возрастной и педагогической психологии. История становления возрастной и педагогической психологии как самостоятельных разделов психологической науки. Межпредметные связи. Основные теоретические и прикладные задачи возрастной и педагогической психологии. Методы возрастной и педагогической психологии.

14.	Психическое развитие. Факторы и закономерности психического развития.	Понятие психического развития, роста и созревания человека. Основные теории психического развития. Понятие и исторический генезис понятия «детство». Факторы психического развития. Закономерности психического развития. Понятие возраста и возрастные периодизации. Теории развития.
15	Психическое развитие человека в разные возрастные периоды	Особенности психического развития в младенческом возрасте. Развитие личности и интеллекта младенца. Основные психические новообразования младенца. Непосредственно-эмоциональное общение как ведущая деятельность младенческого возраста. Кризис 1-го года. Особенности развития личности и интеллекта ребёнка в раннем детстве. Основные психические новообразования в раннем детстве. Предметно-манипулятивная деятельность как ведущая деятельность в раннем детстве. Кризис 3-х лет. Особенности развития личности и интеллекта дошкольника. Основные психические новообразования дошкольника. Психологические особенности игровой деятельности. Кризис 6-7 лет. Психологическая готовность ребёнка к школе. Развитие интеллекта и личности в младшем школьном возрасте. Основные психические новообразования младшего школьника. Понятие и структура учебной деятельности. Учебная мотивация. Развитие интеллекта и личности в подростковом возрасте. Основные психические новообразования подростка. Общение со сверстниками как ведущая деятельность подростка. Кризис подросткового возраста. Акцентуации характера подростка. Асоциальность и делинквентность в подростковом возрасте. Психосексуальное развитие подростка. Развитие интеллекта и личности в раннем юношеском возрасте. Основные психические новообразования в раннем юношеском возрасте. Формирование мировоззрения. Самоопределение старшеклассника. Кризис 17 лет. Особенности психического развития человека в ранней и средней зрелости. Развитие интеллекта и личности взрослого человека. Кризис середины жизни. Специфика развития личности и интеллекта в поздней зрелости и старости. Психологические теории старости и старения. Понятие «витаукт». Кризисы преклонного возраста.
16.	Психология обучения.	Понятие и структура учебной деятельности. Понятие, виды и механизмы научения. Основные теории научения в зарубежной и отечественной психологии. Стимулирование и оценивание в учебной деятельности. Мотивация учебной деятельности. Соотношение научения и развития. Особенности обучения младших школьников. Особенности обучения подростков. Особенности обучения старшеклассников. Психолого-педагогический анализ урока.
17.	Психология воспитания.	Цели, средства, методы воспитания. Основные психологические теории воспитания. Социально – психологические аспекты воспитания. Формирование и изменение личности в процессе социализации. Психологические особенности воспитания детей разного возраста. Психология семейного воспитания.
18.	Психология личности и деятельности учителя.	Психологические особенности педагогической деятельности. Психологические требования к личности педагога. Общие и специальные дидактические способности педагога. Индивидуальный стиль педагогической деятельности. Педагогическая конфликтология. Мотивация педагогической деятельности. Становление педагога как субъекта педагогической деятельности.

Программа учебной дисциплины **Б1.Б.08 Экономика**

Рекомендуется для направления подготовки: **44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)** **Профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины

Центральной задачей экономики является анализ общих закономерностей функционирования современного рыночного механизма, который лежит в основе различных национальных хозяйственных систем. Разнообразие конкретной рыночной экономики в регионах мира связано с историческими, демографическими, культурными, социальными, политическими и природными особенностями той или иной страны.

Экономика как наука базируется на методологических и информационных основах, а также использует определенный математический аппарат. Общие принципы и методы научного познания, разработанные в философии и социологии, служат фундаментом для правильного понимания экономической методологии, в основе которой лежат диалектические законы, которые позволяют правильно понимать экономические явления.

Экономика призвана помочь студентам овладеть специфическим понятийным аппаратом в области экономических знаний, осмыслить теоретические аспекты экономической жизни современного общества, получить знания об экономической жизни общества, методах и инструментарии ее изучения, вооружить их научным инструментарием экономического анализа.

Целью изучения дисциплины «Экономика» является формирование у студентов навыков экономического мышления, способности ориентироваться в системах хозяйства и типах экономической организации, использовать экономические знания в практической профессиональной деятельности.

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- понимание студентами основных проблем формирования и эволюции рыночной экономики в социально ориентированную экономическую систему;
- овладение навыками экономического анализа макроэкономических показателей развития отечественного и мирового хозяйства, денежного обращения, финансов и кредита, трудовых и производственных отношений;
- развитие умений использовать экономические законы и методы в оценке процессов, происходящих в рыночной экономике России.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина «Экономика» входит в базовую часть ОП (Б1.Б.8).

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими УУД:

- самостоятельное выделение и формулирование познавательной цели;
- поиск и выделение необходимой информации; применение методов информационного поиска, в том числе с помощью компьютерных средств;
- структурирование знаний;
- осознанное и произвольное построение речевого высказывания в устной и письменной форме;
- выбор наиболее эффективных способов решения задачи в зависимости от конкретных условий;
- рефлексия способов и условий действия, контроль и оценка процесса и результатов деятельности.

В ходе изучения дисциплины студент должен:

- **знать:** основные этапы исторического развития общества, а также основные тенденции развития общества;

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины формирование у студентов навыков аналитического мышления, умения систематизировать и анализировать полученную информацию, подготовка студента как пользователя ПК высокого уровня, умеющего применять полученные знания не только в будущей профессиональной деятельности, но и в процессе изучения других дисциплин.

Основными **задачами** курса являются:

- понимание основных принципов и подходов при работе с информацией;
- овладение навыками решения профессиональных задач, эффективно решаемых средствами компьютерных технологий,
- развитие умений использования компьютерных информационных технологий в профессиональной деятельности и решении учебных задач,

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- | | |
|-------|---|
| ОПК-6 | способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно - коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности |
| ПК-4 | владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) |
| ПК-5 | способностью реализовывать проекты и владеть методами их реализации |
| ПК-16 | способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы |

Студент должен:

- знать
базовые принципы работы с компьютерами и компьютерными программами, исходя из школьной программы.
- обладать умениями:
включения и выключения компьютера;
поиска и использования базовых приложений операционной системы «MS WINDOWS» и базовых приложений «MS OFFICE».
- владеть способами
применения базовых информационных технологий, таких как, набор и редактирование текста на компьютере, проведение простейших арифметических расчетов на компьютере, формирование простейших изображений на компьютере, сохранение и поиск информации на различных носителях.

Дисциплина «Компьютерные технологии и информатика» является предшествующей для таких дисциплин, как «Обучение работе с графическими редакторами», «Маркетинговые исследования в медиакоммуникациях»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОПК-5, ПК-16, ПК-24, ПК-28, ПК-29.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		1	2
Контактная работа с преподавателем (всего)	90	54	36
В том числе:			
Лекции	14	14	
Практические занятия (ПЗ)	76	40	36
Самостоятельная работа (всего)	90	54	36
В том числе:			
Работа с информационными источниками	22	12	10
Практические задачи	30	22	8
Реферат	2	2	
Вид промежуточной аттестации (зачет)	зачет		зачет
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	180	108	72
	3	2	1

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Решение стандартных задач рекламной деятельности с использованием информационных технологий	Применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, оптимизация ресурсов рекламных мероприятий и кампаний, основные понятия информационной безопасности
2	Проектное делопроизводство	Информационная среда предприятия, виды проектных документов предприятия, использование программных средств для проектного документооборота
3	Управление рекламными проектами	Основные понятия проектного управления, организация работ над проектом, распределение ресурсов проекта, использование программных средств управления проектами

Программа учебной дисциплины **Б1.Б.10 Безопасность жизнедеятельности**

Рекомендуется для направления:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» - формирование у студентов культуры безопасности для обеспечения безопасной профессиональной деятельности и для успешного решения профессиональных задач.

Основными **задачами** курса являются:

- **понимание** различных видах опасностей, угрожающих каждому человеку и сообществам, их свойства и характеристики; методов предвидения и предупреждения влияния факторов опасностей и угроз, способах и средствах защиты от них в любых условиях и применительно к своей профессиональной деятельности; показателей, критериев здоровья детей и подростков, а также способы его укрепления; государственной политики в области обеспечения безопасности жизнедеятельности; терминологии в области безопасности жизнедеятельности; прав и обязанностей граждан по обеспечению безопасности жизнедеятельности;
- **овладение навыками** идентификации основных опасностей среды обитания человека и выбором методов защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способов обеспечения комфортных условий жизнедеятельности; создания педагогически целесообразной и психологически безопасной образовательной среды; бесконфликтного общения с различными субъектами педагогического процесса; разработки эффективных превентивных мер для опасностей различного характера; грамотного применения практических навыков обеспечения безопасности в опасных ситуациях, возникающих в учебном процессе и повседневной жизни;
- **развитие умений овладения** законодательными и правовыми актами в области безопасности; требований к безопасности регламентов в сфере профессиональной деятельности; понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности образовательного процесса; способами взаимодействия с другими субъектами образовательного процесса.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

Студент должен:

Знать: историю, теорию, закономерности и принципы построения и функционирования образовательных систем, роль и место физического образования в жизни личности и общества; основы методики преподавания и обучения двигательным действиям, основные принципы деятельностного подхода, виды и приемы современных педагогических технологий; основы теории физического, познавательного и личностного развития.

Обладать умениями: применять методы физического, познавательного и личностного развития детей раннего и дошкольного возраста в соответствии с образовательной программой организации; объективно оценивать знания обучающихся на основе тестирования и других методов контроля в соответствии с реальными учебными возможностями детей; организовывать различные виды внеурочной деятельности: игровую, учебно-исследовательскую, художественно-продуктивную, культурно-досуговую с учетом возможностей образовательной организации, места жительства и историко-культурного своеобразия региона

Владеть способами работы с формами и методами обучения двигательных умений и навыков, в том числе выходящими за рамки учебных занятий: проектная деятельность, лабораторные эксперименты, полевая практика и т.п., методами организации экскурсий, походов и экспедиций и т.п., всеми видами развивающих деятельности дошкольника (игровой, продуктивной, познавательно-исследовательской).

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является предшествующей для практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-9.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2 зачетные единицы**.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3

Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36
В том числе:		
Лекции	14	14
Практические занятия (ПЗ)	22	22
Самостоятельная работа (всего)	36	36
В том числе:		
Подготовка проекта	8	8
Подготовка доклада	10	10
Тест	6	6
Подготовка презентации	12	12
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет
Общая трудоемкость	72	72
часов	2	2
зачетных единиц		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Теоретические основы безопасности жизнедеятельности.	Безопасность жизнедеятельности как наука. Понятие опасности, риска, концепция приемлемого (допустимого) риска. Управление безопасностью жизнедеятельности.
2	Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС) и Гражданская оборона (ГО)	РСЧС, её роль, задачи и структура. Предназначение и задачи ГО, её структура и органы управления.
3	Медико-биологические основы безопасности жизнедеятельности	Факторы, разрушающие и укрепляющие здоровье. Адаптация человека к условиям среды обитания. Медико-биологическая характеристика воздействия на организм человека факторов окружающей среды. Технологии обеспечения безопасности здоровья
4	Чрезвычайные ситуации социального характера и защита населения от их последствий.	Социальные опасности и чрезвычайные ситуации: сущность, содержание, классификация. Обеспечение безопасности жизнедеятельности в условиях чрезвычайных ситуаций социального характера.
5	Чрезвычайные ситуации природного характера и защита населения от их последствий.	Опасные природные явления: сущность, содержание, классификация. Защита населения при угрозе и в ходе ЧС природного характера.
6	Чрезвычайные ситуации техногенного характера и защита населения от их последствий.	Классификация ЧС техногенного характера. Транспортные аварии и катастрофы. Аварии с выбросом химически опасных и радиоактивных веществ. Меры защиты при ЧС техногенного характера.
7	Национальная безопасность РФ.	Важнейшие направления государственной политики Российской Федерации на основе Концепции национальной безопасности РФ. Угрозы национальной безопасности РФ, обеспечение национальной безопасности РФ.

Программа учебной дисциплины
Б1.Б.11 Естественнаучная картина мира

Рекомендуется для направления:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью дисциплины является формирование у студентов научной синкретической картины мира, воспитание у них целостного и личностного отношения к природе и человеку как ее неотъемлемой части, преодоление разрыва между гуманитарной и естественнонаучной составляющими человеческой культуры.

Задачи дисциплины:

- формирование знания по основным направлениям, методам и теориям современного естествознания
- формирование целостного взгляда на мир
- формирование собственной мировоззренческой позиции

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями: «Способность использовать естественнонаучные и математические знания для ориентирования в современном информационном пространстве» (ОК-3), «способность выявлять естественнонаучную сущность проблем, возникающих в ходе профессионально-педагогической деятельности» (ОПК-2)

Дисциплина «Естественнонаучная картина мира» является предшествующей для таких дисциплин как «Психология», «Пропедевтика системы визуальных коммуникаций».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-3, ОПК-2

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	3
В том числе:		
Лекции	14	3
Практические занятия (ПЗ)		
Семинары (С)	22	3
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа (всего)	36	3
В том числе:		
Учебный проект	10	3
Подготовка к семинарским и практическим занятиям	15	3
Оформление рабочей тетради	6	
Другие виды самостоятельной работы	5	3
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	3
Общая трудоемкость часов	72	

зачетных единиц	2	
-----------------	---	--

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Естественнонаучная картина мира	Эволюция научного метода и естественнонаучной картины мира. Научный метод познания. Естественнонаучная и гуманитарная культуры. Развитие научных исследовательских программ и картин мира (история естествознания, тенденции развития).
2	Уровни организации материи	Структурные уровни и системная организация материи. Виды систем. Особенности биологического уровня организации материи. Панорама современного естествознания. Геологическая эволюция. Происхождение жизни. История жизни на Земле и методы исследования эволюции. Генетика и эволюция.
3	Биосфера и человек	Биосфера. Экосистемы. Самоорганизация и условия устойчивости экосистем. Человек в биосфере. Биоэтика. Глобальный экологический кризис (экологические функции литосферы, экология и здоровье).

Программа учебной дисциплины

Б1.Б12 Дидактика оценки предприятия в медиаиндустрии

Рекомендуется для направления подготовки:

44. 03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Дидактика оценки предприятия в медиаиндустрии» – подготовка студентов к обучению основам оценки стоимости предприятий (бизнеса) рабочих, служащих и специалистов среднего звена.

Основными **задачами** курса являются:

- раскрыть основы дидактики обучения оценке стоимости предприятий (бизнеса) в системе среднего профессионального образования;
- познакомить студентов с современными программами, учебниками и учебными пособиями по оценке стоимости предприятий (бизнеса) медиаиндустрии;
- познакомить студентов с особенностями организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении основных разделов курса оценки стоимости предприятий (бизнеса) на основе детального изучения педагогического опыта и истории методики преподавания экономических дисциплин в России;
- формирование у студентов умений планировать работу по освоению знаний по оценке стоимости предприятий (бизнеса), проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;
- обучение студентов осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;

- ознакомление учащихся с теорией и методологией оценки, особенностями оценки стоимости предприятий медиаиндустрии, с ключевыми моделями способов оценки предприятий;

- формирование у студентов представлений об основных функциях оценщика бизнеса;
- понимание учащимися нормативно-правовой базы оценки стоимости предприятий.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**. Студент должен использовать знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения школьной программы, и прежде всего курсов «Экономика», «Статистика», «Введение в специальность», «Основы маркетинга», «Педагогика», «Обучение управленческой деятельности».

В результате изучения дисциплины «Дидактика оценки предприятий (бизнеса) индустрии» студент должен:

- знать основы дидактики преподавания оценки стоимости предприятий (бизнеса) индустрии в системе среднего профессионального образования;

- знать современные программы, учебники и учебные пособия по оценке стоимости предприятий (бизнеса) индустрии;

- знать особенности организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении основных разделов курса оценки стоимости предприятий (бизнеса) индустрии на основе детального изучения педагогического опыта и истории методики преподавания экономических дисциплин в России;

- знать основные экономические особенности оценки стоимости предприятий (бизнеса) индустрии, основные экономические модели оценки, законы спроса и предложения на рынке медиабизнеса, базовые характеристики процессов экономического управления в медиа;

- уметь планировать работу по освоению знаний по оценке стоимости предприятий (бизнеса) индустрии, проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;

- уметь осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;

- уметь анализировать экономические модели оценки стоимости предприятий, определять стоимость отдельных активов предприятий медиаиндустрии, на основе статистических данных производить оценку стоимости предприятий (бизнеса) индустрии;

- владеть опытом самостоятельно искать, анализировать и отбирать необходимую информацию, организовать, преобразовывать, сохранять и передавать ее;

- владеть навыками проектирования образовательных программ.

Дисциплина «Дидактика оценки предприятий (бизнеса) в медиаиндустрии» является базовым курсом в структуре ООП. Данная дисциплина изучается параллельно с курсами «Дидактика медиэкономики», «Маркетинговые исследования в медиакоммуникациях», «Методика обучения и технология проектирования текстов медиакоммуникации», что позволяет рассматривать медиакоммуникации не только в сопоставлении с другими сферами экономики, но и в системе категорий и понятий менеджмента коммуникаций и дидактики профессионального обучения.

Дисциплина «Дидактика оценки предприятий (бизнеса) в медиаиндустрии» является предшествующей для таких дисциплин, как

Брендинг в медиакоммуникациях ;

Государственное регулирование в медиакоммуникациях;

Основы взаимодействия с медиа;

Основы взаимодействия с рекламодателями;

Финансовый анализ, бухгалтер и аудит в профессиональной деятельности;

Управление финансами в профессиональной деятельности;

Управление проектами в медиакоммуникациях;

Управление проектами в профессиональной деятельности;

Дидактика управления стратегическим развитием предприятия в медиаиндустрии;

Методика обучения проектной деятельности;

Методика обучения управленческой деятельности;

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности технологическая;

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности педагогическая;

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности преддипломная.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-3; ОПК -10; ПК – 15; ПК – 19

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		5	6
Контактная работа с преподавателем (всего)	72	36	36
В том числе:			
Лекции	28	14	14
Практические занятия (ПЗ)	44	22	22
Семинары (С)			
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа (всего)	72	36	36
В том числе:			
Решение практических задач	11	4	7
Составление глоссария	6	3	3
Работа с информационными источниками	20	10	10
Анализ и интерпретация результатов	16	8	8
Выступление на занятии	11	5	6
Участие в дискуссии	10	5	5
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	6		Экзамен
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	180	72	108
	5	2	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Методологические проблемы дидактики оценки предприятия (бизнеса) медиаиндустрии в системе среднего профессионального образования (медиакоммуникации).	Место и роль дидактики в системе среднего профессионального образования: предмет, цель, задачи преподавания. Принципы и подходы к преподаванию: Компетентностный подход к процессу обучения оценки предприятия (бизнеса) медиаиндустрии в среднем профессиональном образовании.. Федеральные государственные образовательные стандарты. История преподавания экономики и оценки предприятия, в частности.
2	Средства обучения оценке предприятия (бизнеса)	Средства обучения. Проектирование достижения результатов обучения в процессе

	медиаиндустрии.	разработки образовательных программ. Разработка учебно-методического сопровождения.
3	Содержание и структура курса «Оценка предприятия (бизнеса) медиаиндустрии»	<p>Особенности содержания и структуры курса «Оценка предприятия (бизнеса) медиаиндустрии», связь с другими науками. Общая структура и содержание модулей рабочей программы «Оценка предприятия (бизнеса) медиаиндустрии»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Понятия, цели и принципы оценки бизнеса (Ключевые понятия оценки стоимости предприятия (бизнеса) медиаиндустрии). • Основные подходы и методы оценки стоимости предприятия (бизнеса). • Специфика оценки стоимости различных видов активов; • Управление стоимостью предприятия (бизнеса) <p>Задачи изучения каждого модуля. Понятийный компонент программы. Инструментальные знания. Учебники по медиаэкономике-</p>
4	Методы обучения оценке стоимости предприятий (бизнеса)	Классификация методов обучения. Принципы интерак-тивного обучения. Формы и методы интерактивного обучения: дискуссионные; игровые; тренинговые. Интерактивные технологии обучения. Педагогическая эффективность интерактивного обучения. Проблемно-ориентированные технологии. Интерактивные методы обучения: принципы, формы, педагогическая эффективность
5	Методы диагностики образовательного результата.	Таксономия учебных целей, ранжированных по уровням и видам деятельности, соответствующим этим уровням. Знание. Понимание экономических концепций и принципов. Применение экономических принципов к новым ситуациям. Интерпретация экономических процессов и явлений. Выбор метода оценки знаний. Характеристики метода оценки знаний. Виды тестов и основные правила их составления
6	Виды и значение самостоятельной работы обучающихся в процессе обучения оценке предприятий	Методы организации самостоятельной работы и развитие творческих способностей учащихся. Необходимость дифференцированного подхода к обучению медиаэкономике с помощью различных организационных форм обучения, способствующих развитию творческой познавательной активности учащихся, а также форм внеаудиторной работы (олимпиады, организация конкурсов, выпуск корпоративного (электронного) издания.) повышающих интерес к занятиям по медиаэкономике. Задачи кафедры в разработке адекватной учебно-методической базы, формирование вертикальной структуры преподавания, развитии научной деятельности. .
7	Организационные формы	Современные формы обучения. Направления

	обучения.	конвер-генции форм и методов обучения. Группы приемов формирования и поддержания учебной мотивации на занятии по медиаэкономике. Интеллектуальные, социальные, эмоциональные группы приемов, приемы внешней организации.
--	-----------	--

Программа учебной дисциплины **Б1.Б13.1 Обучение управленческой деятельности**

Рекомендуется для направления подготовки: **44.03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)** **Профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Обучение управленческой деятельности» - формирование общепрофессиональной организационно-управленческой компетентности студентов на основе освоения современных принципов системного управления организациями и процессами.

Основными *задачами* курса являются:

Задачами дисциплины является обеспечение формирования у студентов:

- системных теоретических знаний в области управления организациями и процессами и понимания основ менеджмента; истории становления теории менеджмента и знаний основ бизнес-процессов;
- умений реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности, осуществляя профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных сферах; осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; управления рекламной службой и службы по связям с общественностью организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проектирования в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд; умений обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- овладения навыками подготовки проектной документации; основных управленческих функций и методами их реализации; реализовать проекты и методами их реализации; оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений;

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в базовую часть ОП.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-7	Способность использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности
ОПК-7	Способность обосновать профессионально-педагогические действия
ПК-21	Готовность к разработке, анализу и корректировке учебно-программной документации подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена
ПК-24	Способность организовать учебно-производственный (профессиональный) процесс через производительный труд
ПК-25	Способность организовать и контролировать технологический процесс в учебных

ПК-28 мастерских, организациях и предприятиях
Готовность к конструированию, эксплуатации и техническому обслуживанию учебно-технологической среды для практической подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена

Студент должен:

Знать: основные закономерности историко-культурного развития человека и человечества; основные законы экономической теории; основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения; особенности влияния художественной культуры на формирование и развитие рекламы.

- *обладать умениями:* анализировать и сопоставлять факты, события; анализировать и интерпретировать различные типы текстов, включая художественные; создать на основе стандартных методик и действующих нормативов различные типы текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст); анализировать ценностные категории, востребованные в условиях современного общества; - использовать полученные знания для развития своего общекультурного потенциала в контексте задач профессиональной деятельности; анализировать и интерпретировать культурные феномены с учетом социокультурного контекста.

- *владеть навыками (опыт):* формулирования аргументированных умозаключений и выводов; навыками редактирования и копирайтинга; навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов; навыками интерпретации, аргументированного диалога, толерантного отношения к культурным традициям; навыками типологического и историко-культурного анализа; навыками анализа и интерпретации культурных артефактов

Дисциплина «Обучение управленческой деятельности» является предшествующей для таких дисциплин, как «Дидактика медиаэкономики», «Основы маркетинга», «Основы взаимодействия с медиа» и прохождения производственной практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-7, ОПК-7; ПК -21; ПК-24; ПК-25; ПК-28.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2	3	4	
Контактная работа с преподавателем (всего)	108	36	36	36	
В том числе:					
Лекции	42	14	14	14	
Практические занятия (ПЗ)	66	22	22	22	
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	108	36	36	36	
В том числе:					
Реферат	18	6	6	6	
Глоссарий	18	6	6	6	
Практические задачи	40	14	14	12	
Деловая игра	32	12	10	10	
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Зачет, экзамен	зачет		экзамен	
Общая трудоемкость часов	216	72	72	72	

7	зачетных единиц					
---	-----------------	--	--	--	--	--

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Введение в теорию менеджмента и история становления менеджмента как науки	Организация. Управление. Менеджмент. Назначение (миссия) управления в современной организации. Эффективное управление организацией. Достижение успеха. Социальное управление, управление социальной организацией. Иерархия управления организацией. Профессионализация управленческой деятельности. Эволюция теории и практики управления. Донаучный период Школа «научного менеджмента» Классическая или административная школа Рациональная бюрократия М.Вебера. Школа человеческих отношений Школа поведенческих наук Школа науки управления – кибернетика и исследование операций Модели менеджмента: американская, японская, европейская, российская. Тощее (бережливое) производство. Постмодернистский менеджмент.
2	Философия менеджмента	Управление как феномен. Управление в системе научного знания. Моделирование как универсальный научный метод. Функционально-процессный подход к управлению. Системный и ситуационный подходы к управлению. Модели управления. Ключевые проблемы менеджмента: управление ценностями, нормами дескриптивные и иньюктивные, идентичностям Этика управления. Деловая этика. Социальная ответственность. «Корпоративное гражданство». Внешняя и внутренняя среда организации, их взаимосвязь. Статичный и динамичный аспекты анализа внутренней среды. PEST и STEEPLE- анализ. SWOT-анализ. Система управления организацией. Продукты и результаты управления. Требования к системе управления. Системные объекты: входы, процессы преобразования, выходы.
3	Функции управления	Анализ как основа управления. Схема аналитического обеспечения управления (на примере стратегического управления). Цели и целеполагание в управлении организацией. Требования к целеполаганию и целеформулированию. Модель SMART. Управление по целям (МВО). Планирование как вид управленческого действия. Реализация стратегии - тактическое и оперативное (повседневное) планирование. Регулирование как управленческое действие. Руководство как вид управленческой деятельности. Контроль как управленческое действие в организации. Децизионный процесс. Основные этапы процесса принятия решения (DMP) как интеллектуального процесса. Основные этапы процесса принятия решения (DMP) как интеллектуального процесса: Три точки зрения на принятие решений:

4.	Управление трудовыми ресурсами.	<p>Руководство и лидерство в менеджменте. Руководитель и менеджер. Формальное и неформальное лидерство. Качества лидера и ограниченность «теории черт» (теории «лидерских качеств») в управлении. Р.Стогдилл.</p> <p>Структурные и мировоззренческие аспекты лидерства. Ситуационный подход к феномену лидерства в менеджменте.</p> <p>Управление трудовыми ресурсами. Логика кадрового менеджмента. Управление организацией в ситуации кризиса, конфликта, стресса.</p>
5.	Управление производством и производительностью	<p>Производительность организации. Операционная система организации. Концепция сбалансированной системы показателей (Нортон, Каплан). Концепция бережливого производства.</p> <p>Понятия качества и менеджмента качества</p> <p>Имидж и репутация.</p> <p>Каналы коммуникации в связях с общественностью. Маркетинговые стратегии формирования репутации. Позиционирование в структуре формировании репутации.</p> <p>Сущность и необходимость развития организации.</p> <p>Управление программами и проектами.</p> <p>Коммуникации в организациях и управление публичным капиталом организации.</p>
6.	Рекламный и PR- менеджмент	<p>Особенности управления рекламной деятельностью организации. Планирование рекламной кампании. Реализация, контроль и оценка рекламной кампании. Управление PR – мероприятием</p>

Программа учебной дисциплины Б1.Б.13.02 Обучение работе с графическими редакторами

Рекомендуется для направления подготовки: **44. 03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)** **Профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Обучение работе с графическими редакторами» является получение теоретических знаний и практических умений и навыков в области автоматизации решения задач медиакоммуникации, формирование умения системно подходить к использованию прикладного программного обеспечения при решении комплексных задач, знать принципы и уметь использовать технологии обмена данными между программами, а также формирование у студентов навыка использования межпредметных связей, интегрированного подхода к решению задач медиакоммуникации и потребности максимально автоматизировать процессы поиска, сбора, хранения и обработке необходимой для специалиста по рекламе информации..

Основными **задачами** курса являются:

- изучение основных аспектов и направлений применения современных информационных технологий в медиакоммуникациях;
- изучение прикладного программного обеспечения, применяемого в медиакоммуникациях;
- получение теоретических знаний и практических навыков по работе с современными средствами создания рекламного продукта;

- получение теоретических знаний в области информационных систем в управлении предприятием, практическое применение этих знаний при реализации проектного подхода в решении задач рекламного менеджмента и маркетинга;
- получение практических навыков в области компьютерного делопроизводства и тайм-менеджмента;
- изучение вопросов, связанных с информационной и компьютерной безопасностью, сохранением коммерческой тайны при работе с информацией, представленной в электронной форме;
- изучение современных сетевых технологий;
- изучение основных направлений рекламной и PR-деятельности в Интернете.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть** часть ОП.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК 7	способностью к самоорганизации и самообразованию
ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК-6	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно - коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-1	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Студент должен:

- знать
базовые принципы работы с компьютерами и компьютерными программами,
- обладать умениями: поиска и использования базовых приложений операционной системы «MS WINDOWS» и базовых приложений «MS OFFICE».
- владеть способами применения базовых информационных технологий, таких как, набор и редактирование текста на компьютере, проведение простейших арифметических расчетов на компьютере, формирование простейших изображений на компьютере, сохранение и поиск информации на различных носителях.

Дисциплина «Обучение работе с графическими редакторами» является предшествующей для таких дисциплин, как «Методика обучения технологии проектирования рекламного продукта», «Управление проектами в профессиональной деятельности» Изучение данной дисциплины является необходимой основой для прохождения всех видов практики, предусмотренных учебным планом. Для ее освоения студенты используют знания, умения, навыки, сформированные на этапе получения полного общего образования при изучении дисциплины «Компьютерные технологии и информатика»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-4; ОПК-4; ОПК-5; ПК-16; ПК-20; ПК-22; ПК-24; ПК-28; ПК-30

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4	5	6
Контактная работа с преподавателем (всего)	162	36	36	54	36
В том числе:					
Лекции	46	14	14	18	

Практические занятия (ПЗ)	80	22	22	18	18
Лабораторные работы (ЛР)	36			18	18
Самостоятельная работа (всего)	162	36	36	54	36
В том числе:					
Работа с информационными источниками	60	12	12	24	12
Практические задачи	90	20	20	30	20
Реферат	12	4	4		4
Вид промежуточной аттестации (зачет)	Зачет Зачет с оценкой	зачет	зачет	зачет	Зачет с оценко й
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	324	108	36	54	36
	9	2	2	3	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Место информационных технологий при решении задач медиакommunikации	Применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, оптимизация ресурсов мероприятий и кампаний медиакommunikации, основные понятия информационной безопасности
2	Организация разных видов медиакommunikации с использованием современных программ ИТ	Организация работы рекламного отдела и отдела по связям с общественностью, оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью
3	Разработка продуктов медиакommunikации	Подготовка к выпуску, производство и распространение продукции медиакommunikации, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств медиаиндустрии

Программа учебной дисциплины

Б1.Б.14 Введение в специальность

Рекомендуется для направления подготовки:

44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль Медиакommunikации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Введение в специальность» – формирование представления о рекламе и связях с общественностью как сложном экономическом и социальном явлении

общественной жизни, опирающемся на научную базу и включающем значительную творческую составляющую.

Основными **задачами** курса являются:

- понимание места рекламы и PR в системе средств маркетинговых коммуникаций; основных категорий процесса маркетинговой коммуникации, основных категорий и понятий рекламной и PR-деятельности;
- овладение навыками анализа основных видов рекламы и PR, определения основных задач их использования, навыками работы с основными документами, регулирующими рекламную и PR-деятельность;
- развитие умений характеризовать участников и этапы маркетинговой коммуникации, делать презентацию проектной документации, применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть ОП**.

Студент должен использовать знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения школьной программы, и прежде всего курсов «История» и «Обществознание».

Студент должен:

- знать особенности национальной и общечеловеческой культуры, духовно-нравственные основы жизни человека и человечества, отдельных народов, культурологические основы семейных, социальных, общественных явлений и традиций, роль науки и религии в жизни человека; необходимые языки, способы взаимодействия с окружающими и удаленными людьми и событиями; особенности целеполагания и планирования;
- обладать умением анализировать ситуацию на рынке труда, действовать в соответствии с личной и общественной выгодой, владеть этикой трудовых и гражданских взаимоотношений; умением самостоятельно искать, анализировать и отбирать необходимую информацию, организовать, преобразовывать, сохранять и передавать ее; умением представить себя, задать вопрос, вести дискуссию; способностью видеть и понимать окружающий мир, ориентироваться в нем, осознавать свою роль и предназначение, уметь выбирать целевые и смысловые установки для своих действий и поступков, принимать решения;
- владеть навыками деятельности с информацией, содержащейся в учебных предметах и образовательных областях, а также в окружающем мире; навыками работы в группе; креативными навыками продуктивной деятельности: добыванием знаний непосредственно из реальности; приемами действий в нестандартных ситуациях, эвристическими методами решения проблем.

Дисциплина «**Введение в специальность**» является курсом, вводящим в профессию, что и определило ее место в структуре ООП. Данная дисциплина изучается параллельно с курсом «Теория и практика массовой коммуникации», что позволяет рассматривать рекламу и PR не только в сопоставлении с другими видами маркетинговой коммуникации, но и в системе категорий и понятий теории коммуникации.

Дисциплина «**Введение в специальность**» является предшествующей для таких дисциплин, как «Основы маркетинга», «Основы брендинга», «Логические основы медиакommunikаций», «Методика обучения технологии проектирования текстов медиакommunikаций», «Государственное регулирование в медиакommunikациях», «Теория аргументации».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-4, ОК-7, ПК-20, ПК-24, ПК-25, ПК-26, ПК-30, СК-2

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего	Семестры
--------------------	-------	----------

	часов	1	2	3	4
Контактная работа с преподавателем (всего)	108	54	54		
В том числе:					
Лекции		22	22		
Практические занятия (ПЗ)		32	32		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	108	54	54		
В том числе:					
Курсовая работа (проект)					
Реферат	10	5	5		
Другие виды самостоятельной работы:					
Работа с информационными источниками	36	18	18		
Анализ и интерпретация результатов	20	10	10		
Выступление на занятии	22	11	11		
Участие в дискуссии	20	10	10		
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		Экзамен	Экзамен		
Общая трудоемкость часов	288	108	108		
зачетных единиц	8	4	4		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Методологические проблемы рекламы и PR	Реклама, PR, маркетинговая коммуникация, функции рекламы и PR, цели рекламы и PR, виды рекламы. Отраслевая пресса. Отраслевые сайты. Отраслевые мероприятия
2.	Реклама и PR в системе маркетинговой коммуникации	Директ-маркетинг: директ-мейл, личные продажи, каталог-маркетинг, телефон-маркетинг. Стимулирование сбыта: стимулирование сферы торговли, стимулирование потребителя. Скидки. Спонсорство. Выставочно-ярмарочная деятельность.
3.	Субъекты рекламной и PR коммуникации	Рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребитель. Общественные организации в рекламе
4.	Бренд. Компоненты бренда	Торговая марка, товарный знак, логотип. Имя: функции имени, способы создания. Слоган: функции слогана, виды слоганов. Фирменный стиль. Брендинг. Брендбилдинг. Ребрендинг.
5.	Эффективность рекламной и PR-коммуникации	Коммуникативная эффективность рекламы, экономическая эффективность рекламы. Результаты PR-деятельности: имидж, репутация, корпоративная идентичность

6.	Реклама и PR в современном мире	Международная реклама. Регулирование рекламной деятельности. Саморегулирование в рекламе. Современная реклама в России. Перспективные направления развития.
7.	Средства распространения рекламы	Реклама в печатных СМИ, телереклама, радиореклама, наружная реклама, интернет-реклама, полиграфическая реклама, реклама на местах продаж. BTL-технологии.
8.	Информационные основы PR-деятельности	Информация. Информационное общество. Концепции информации. PR-информация. Методы информирования. Информационная культура. Новость и информационный повод. Технологии ньюсмейкинга. Управление информацией. Спин-докторинг.
9.	Современные практики PR	Медиарилейшенз. Специальные мероприятия. Спонсоринг. Фандрайзинг. Спичрайтинг. Жанры PR-текстов. Блоггинг.
10.	Результаты PR-деятельности	Общественное мнение. Имидж. Персональный и корпоративный имидж. Репутация. репутационный менеджмент. Корпоративная идентичность. Корпоративная стратегия и политика. Корпоративная философия. Миссия. Корпоративная культура.

Программа учебной дисциплины
Б.1.Б.15 Логические основы медиакommunikаций

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакommunikации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов навыков аналитического мышления.
Данная цель определила **задачи**:

1. понимание теоретических основ учебной дисциплины
2. овладение навыками систематизировать и анализировать полученную информацию
3. развитие умения использовать логические законы и правила для получения достоверных выводов
4. развитие умения грамотно вести дискуссию.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию

ОК-4 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Студент должен:

знать:

- основные методы, способы и средства получения и переработки информации;
- приемы работы с информацией.

обладать умениями:

- распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее;
- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения.
- описать вербальные и невербальные составляющие текстов различных коммуникативных структурных типов,
- оценивать текст с точки зрения категорий истинного и ложного, целесообразного и нецелесообразного, отвечающего или не отвечающего культурным представлениям нации.

владеть способами

- основными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач.

Изучение данной дисциплины является необходимой основой для изучения таких учебных дисциплин как «Теория аргументации», «Философия», «Педагогическая риторика», «Технология речевого манипулирования в медиакommunikациях», «Речевое воздействие в медиакommunikациях», «Социологические аспекты медиакommunikаций»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-5, ОПК-3

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2			
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36			
В том числе:					
Лекции	14	14			
Практические занятия (ПЗ)	22	22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	36	36			
В том числе:					
Работа с информационными источниками	12	12			
Составление портфолио	10	10			
Анализ и интерпретация результатов	8	8			
Подготовка к дискуссии	6	6			
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет			
Общая трудоемкость часов	72	72			
зачетных единиц	2	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Введение. Предмет логики. Основные логические законы.	Предмет формальной логики. Чувственное познание и его формы. Мышление и его логические формы. Основные формы мышления. Истинность и ложность мысли и логическая правильность рассуждений. Соотношение логики с другими науками. Законы формальной логики: тождества, непротиворечия, исключённого третьего, достаточного основания. Особенности применения основных законов логики. Наиболее распространённые ошибки в рассуждениях, связанные с несоблюдением основных логических законов.
2.	Понятие. Логические операции с понятиями.	Понятие, предмет, признак предмета. Виды признаков. Выражения понятий в языке. Содержание и объём понятия. Закон обратного отношения объёма и содержания понятия. Классификация понятий по объёму и содержанию. Особенности употребления пустых понятий. Употребление понятий и вызываемые этим ассоциативные связи в процессе коммуникации. Сравнимые и несравнимые, совместимые и несовместимые понятия. Типы совместимости и типы несовместимости. Отношения рода и вида. Использование кругов Эйлера для иллюстрации отношений между понятиями. Операции обобщения и ограничения понятий. Операция деления понятий, виды деления. Преимущества и недостатки дихотомического деления. Понятие классификации. Значение операции деления и классификации в науке и практике. Роль основных и несущественных признаков предметов в

		основных и вспомогательных классификациях. Правила и возможные ошибки при проведении операций ограничения, обобщения и деления понятий. Операция деления понятия и разбиение целого на части. Сущность операции определения понятия. Определение через род и видовое отличие как один из видов явного определения; генетическое определение как его разновидность. Правила и возможные ошибки явного определения. Приёмы, сходные с определением: описание, характеристика и др. Значение определений в науке и практических рассуждениях. Значение определений в процессе коммуникации.
3.	Простые суждения. Модальность. Логические отношения между простыми суждениями.	Общая характеристика суждения. Выражение суждений в языке. Истинные, ложные суждения. Виды и состав простых суждений. Возможность представления большинства суждений в виде атрибутивных. Интерпретация атрибутивных суждений с помощью кругов Эйлера. Классификация категорических суждений по количеству и качеству. Объединённая классификация. Выделяющие и исключающие суждения. Распределённость терминов в суждениях. Понятие модальности. Виды модальности: алетическая (фактическая и логическая), эпистемическая (познавательная), деонтическая (нормативная), аксиологическая (оценочная). Выражение модальных операторов в языке. Модальность суждений в рекламном тексте. Использование разных видов суждений в рекламных текстах. Слоган: форма мысли и языковая формулировка.
4.	Дедуктивные умозаключения. Выводы из простых суждений.	Умозаключение как форма мышления. Структура умозаключения. Понятие логического следования и понятие причинно-следственной связи. Виды умозаключений в зависимости от строгости вывода, от направленности вывода, от количества посылок. Непосредственные умозаключения: превращение, обращение, противопоставление предикату, вывод по «логическому квадрату»; их роль в процессе познания и при создании рекламных текстов. Категорический силлогизм, его состав, фигуры и модусы. Общие правила силлогизма и специальные правила фигур. Особенности силлогизма с выделяющими посылками. Сокращённый силлогизм (энтимема).
5.	Сложные суждения.	Сложное суждение и его виды. Логические связки: конъюнкция, дизъюнкция, импликация, отрицание, эквивалентность.
6.	Дедуктивные выводы. Выводы из сложных суждений.	Чисто условное умозаключение. Условно-категорическое умозаключение, его правильные модусы. Разделительно-категорическое умозаключение, его модусы. Условно-категорическое и условно-разделительное (лемматическое) умозаключение. Альтернатива, дилемма, виды дилемм. Сложный силлогизм (полисиллогизм), сложносокращённые силлогизмы (сориты и эпихейрема). Роль дедуктивных выводов в логике и научных исследованиях.
7.	Индуктивные умозаключения. Аналогия.	Понятие индукции, её отличие от дедукции. Структура индуктивного умозаключения. Виды индуктивных умозаключений. Виды неполной индукции. Степень достоверности индуктивных выводов, их вероятностная оценка. Научная индукция, принципы отбора её посылок. Типичные ошибки в индуктивных умозаключениях. Понятие аналогии. Различия между аналогией и популярной индукцией. Аналогия свойств и аналогия отношений. Строгая и нестрогая аналогия. Вероятностный характер аналогии. Методы, повышающие степень

		достоверности выводов по аналогии. Типичные ошибки в умозаключениях по аналогии. Роль аналогии в науке. Аналогия как логическая основа моделирования. Роль аналогии в рекламе. Использование аналогии в рекламных текстах.
8.	Логика вопросов и ответов. Логические основы коммуникации.	Вопрос, его базис и предпосылка. Грамматическая форма вопроса. Классификация вопросов по функциям, семантике, структуре, отношению к обсуждаемой теме. Логически некорректные вопросы. Ответ, область поиска ответа. Классификация правильных ответов по истинности, по области поиска, по грамматической форме, по объёму представленной информации, по точности и определенности. Виды неправильных ответов: нерелевантные, тавтологические, противоречивые, недоопределённые. Двусмысленное употребление понятий и вопросительных слов в вопросах и ответах. Вопросно-ответная форма поиска знания. Роль логики вопросов и ответов в теории коммуникации и в практике делового общения. Вопросно-ответные конструкции в рекламном тексте.

Программа учебной дисциплины Б.1.Б.16 Теория аргументации

Рекомендуется для направления подготовки: 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) профиль **Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель - формирование навыков владения логической и психологической стороной убеждения как основой воздействующей речи, являющейся основой профессионально-педагогической деятельности

Данная цель определила **задачи**:

1. понимание теоретических основ учебной дисциплины
2. развитие умений анализировать аргументы и давать оценку эффективности их использования в массовой коммуникации
3. овладение навыками создания эффективных аргументированных текстов профессионально-педагогической деятельности

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию

Студент должен:

знать:

- основные языковые явления и процессы в русском языке;
- особенности устной и письменной речи в сфере личностной коммуникации;

знать:

- основные методы, способы и средства получения и переработки информации;
- приемы работы с информацией.

обладать умениями:

- распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее;

обладать умениями:

- описать вербальные и невербальные составляющие текстов различных коммуникативных структурных типов.

Дисциплина «Теория аргументации» является предшествующей для таких дисциплин, как «Речевое воздействие в медиакоммуникациях» и «Технология речевого манипулирования в медиакоммуникациях».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций
ОПК-7, ПК-23

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Аудиторные занятия (всего)	36	36			
в том числе:					
Лекции (Л)	14	14			
Практические занятия (ПЗ)	22	22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	36	36			
в том числе:					
Работа с информационными источниками информации	12	12			
Подготовка индивидуальных сообщений	6	6			
Анализ и интерпретация результатов	12	12			
Составление портфолио	6	6			
Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет			
Итого:	72	72			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Введение	Предмет и основные понятия курса: понятие, суждение, убеждение, доказательство, внушение, аргумент, топос, ценность, софизм, уловка
2.	Законы логики	Законы логики: закон тождества, закон противоречия, закон исключения третьего, закон достаточного основания
3..	Основные компоненты аргументированного текста: тезис, аргументы, вывод. Требования к тезису, к аргументам	Требования к тезису и к аргументам. Виды ошибок: ложный довод, произвольный довод, нелепый довод, тождесловие, порочный круг
4.	Виды логических аргументов	Виды логических аргументов: определение, факты, статистические данные, законы
5.	Психологическая сторона убеждения	Ценности и топосы как психологическая основа убеждения: универсальные, групповые, государственные, индивидуальные ценности; подлинный и фальшивый топосы, положительный и отрицательный топосы, понятийный и формальный топосы Виды психологических аргументов: побуждающие доводы (субъектные и объектные), объясняющие доводы; иллюстративные аргументы (конкретные и предположительные), образные аргументы (буквальная и фигуральная аналогия), ссылка на авторитет (специалист, слушатель, общественное мнение); оценочные аргументы

6.	Виды аргументации	Виды аргументации (односторонняя, двусторонняя, восходящая, нисходящая).
7.	Софизмы и уловки	Софизмы и уловки: софизмы и паралогизмы, «диверсия против оппонента» (навешивание ярлыков, лезть оппоненту, попытка вывести оппонента из себя), «диверсия против тезиса» (сужение или расширение тезиса, подмена тезиса, перевод вопроса на точку зрения вреда или пользы); «диверсия против аргументов» (замалчивание невыгодных фактов, «чтение в сердцах», ложная дилемма, навязанное следствие, поспешное обобщение, ложная аналогия

Программа учебной дисциплины **Б1.Б.17 Педагогическая риторика**

Рекомендуется для направления подготовки **44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)** **профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины

Педагогическая риторика – это область знаний о закономерностях создания и условиях эффективности профессиональной публичной речи педагога.

Цели освоения дисциплины:

1. Обучение студентов эффективной педагогической коммуникации.
2. Формирование коммуникативно-речевой компетентности педагога на основе овладения законами эффективного профессионального общения.

Задачи дисциплины:

- понимание важности соблюдения норм литературного языка в профессиональной деятельности и совершенствование речевой культуры обучающихся;
- развитие умений, связанных с речемыслительной деятельностью и этапами текстообразования в письменной и устной монологической и диалогической форме;
- развитие практических умений в области риторического анализа по законам речевого взаимодействия и риторической техники; в овладении основными элементами ораторского мастерства в публичной речи; стратегиями и тактиками аргументации;
- овладение навыками создания профессионально значимых речевых жанров.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП)

Дисциплина «Педагогическая риторика» включена в базовую часть ОП.

Предлагаемая программа по дисциплине «**Педагогическая риторика**» ставит своей **целью** дать представление о риторике как интегрированной области гуманитарного знания: обобщить имеющиеся речеведческие знания и совершенствовать практический коммуникативный опыт студентов в связи с осмыслением основных речевых операций по созданию будущего высказывания; понять и овладеть основными риторическими действиями (изобретения, планирования, украшения, создания партитуры будущего высказывания); совершенствовать аналитические и творческие умения в области практической риторики и профессионально ориентированного поведения в ситуации деловой и публичной коммуникации.

Для освоения данной дисциплины необходимы «входные» знания о тексте как единице общения, функционально-смысловых стилях и типах речи, об основных нормах современного русского литературного языка, о дидактике.

При усвоении данной дисциплины необходимыми можно считать знания по русскому языку, культуре речи и стилистике, полученные в рамках школьного курса русского языка и курса школьной риторики; готовность обучающихся к самостоятельным опытам по анализу и созданию текстов разной стилевой и жанровой разновидности.

Изучение дисциплины «Педагогическая риторика» важно как предшествующее для изучения всех остальных теоретических дисциплин и практик (Педагогики, Психологии, Теории аргументации, Методики преподавания коммуникативных дисциплин, Интерактивных форм профессионального обучения, Профессиональной этики и др., учебной и педагогической практик),

что обусловлено необходимостью грамотно, точно излагать свои мысли в устной и письменной форме.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-3, ОПК-7, ОПК-8.

2. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2			
Контактная работа с преподавателем (всего)	54	54			
в том числе:					
Лекции (Л)	22	22			
Практические занятия (ПЗ)	32	32			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	54	54			
в том числе:					
написание реферата	17	17			
подготовка доклада	4	4			
подготовка к тестовым и контрольным работам	8	8			
решение практических задач	10	10			
написание эссе	2	2			
подготовка к деловой игре	3	3			
подготовка к публичному выступлению	10	10			
Виды промежуточной аттестации (зачет)	зачет	зачет			
Общая трудоемкость: 108 часов	108	108			
3 зачетные единицы	3	3			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Педагогическая риторика как частная риторика	Риторика, современная общая риторика, предмет современной общей риторики, частные риторики; педагогическая риторика; античный риторический идеал, русский риторический идеал, педагогический речевой идеал; законы современной общей риторики: закон гармонизирующего диалога, закон продвижения и ориентации собеседника, закон эмоциональности речи, закон удовольствия
2.	Коммуникативная компетентность педагога	Коммуникативная компетентность; языковая, психолого-коммуникативная, жанровая компетентность учителя; жанры педагогической речи
3.	Риторика и культура речи	Коммуникативные качества речи; точность, понятность, последовательность, выразительность, чистота, богатство, уместность (коммуникативная целесообразность), логичность речи учителя. Правильность и выразительность педагогического высказывания. Выразительность в профессиональной учебно-научной речи. Ортология текста. Языковая норма, кодификация нормы; норма, вариант, узус; типы нормы; типы речевых и стилистических ошибок
4.	Педагогическое общение	Вербальная агрессия, жанры обидного общения (насмешка, оскорбление, упрек, обвинение, враждебное замечание,

		грубое требование, грубый отказ); способы преодоления речевой агрессии. Стили педагогического общения: авторитарный, попустительский, демократический, общение-дистанция, общение-устрашение, общение-заигрывание, общение на основе увлеченности совместной деятельностью. Эффективное педагогическое общение, законы эффективного общения. Речевой этикет, функции речевого этикета, речевые этикетные формулы, этикетные жанры, речевое поведение, этикетная выдержанность
5.	Подготовка к публичному выступлению	Риторический канон и его этапы. Инвенция: цель (интенция) говорящего и пишущего, топы как логико-смысловые единицы. Диспозиция: описание, повествование, хрия. Элокуция: фигуры речи, фигуры мысли. Устная публичная речь; информационная, убеждающая, специальная (протокольная, торжественная, неформальная) речи. Подготовка, написание и организация речи. Структура текста: зачин, вступление, основная часть, заключительная часть; приемы диалогизации, контактоустанавливающие средства. Принципы и инструменты оформления речи в современном риторическом пространстве. Требования к идеальному коммуникативному продукту. Ортология текста. Требования к визуальному оформлению высказывания. Разновидности объяснительной речи учителя. Приемы популяризации в объяснительной речи учителя
6.	Обучение правилам произнесения речи	Голос учителя. Профессионально значимые качества голоса учителя: благозвучность (чистота и ясность тембра); широкий диапазон по высоте, громкости и тембру, гибкость, подвижность; выносливость (стойкость); адаптивность (приспособление к условиям общения); помехоустойчивость; суггестивность (способность голоса внушать эмоции и влиять на поведение адресата). Интонация и ее функции. Логическое ударение и смысловое паузирование в педагогической речи. Партитура речи
7.	Риторика невербального воздействия	Акция: невербальные средства общения, “язык внешнего вида” (язык телодвижений и жестов). Функции жестов в общении (изобразительная, реагирующая, указательная, регулирующая). Визуальное сопровождение устного выступления. Проксемика, кинесика, акустика
8.	Аргументирующая речь	Тезис, аргументы; нисходящая и восходящая, односторонняя и двусторонняя, опровергающая и поддерживающая, индуктивная и дедуктивная аргументация; правила аргументации, приемы эффективной аргументации
9.	Дебаты	Спор, разновидности спора, обсуждение проблемы, разновидности обсуждения проблемы; типичные недостатки и ошибки
10.	Организация устного выступления	Поведение оратора в аудитории, поддержание внимания в ходе выступления, зрительно воспринимаемые элементы речи, приемы борьбы с волнением. Способы и формы оценки эффективности коммуникативного продукта

Программа учебной дисциплины
Б1.Б.18 Математика

Рекомендуется для направления подготовки:

44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

профиль Медиакommunikации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Математика»: формирование системы знаний, умений и навыков, связанных с особенностями математических способов представления и обработки информации как базы для формирования общекультурной и профессиональной компетенций; формирование представлений об основных понятиях и методах математики, об универсальности математических моделей для осознания студентами мировоззренческой значимости математики, о математических методах, необходимых для решения профессиональных задач в области филологии и рекламной деятельности.

Основными **задачами** курса являются:

понимание:

- мировоззренческой значимости математики;
- роли математики в развитии филологических наук и для решения задач профессиональной деятельности;
- значимости математики для интеллектуального развития: развитие абстрактно-логического мышления, умения оперировать с абстрактными объектами, корректно употреблять математические термины.

знание:

- основных понятий и методов линейной алгебры: матрица и операции над матрицами, определитель матрицы, система линейных уравнений и методы их решения, кроме того, иметь представления о матричных моделях и балансовой модели в экономике;
- основных понятий и методов математического анализа: множества и операции над ними, функциональная зависимость, основные элементарные функции, предел функции, непрерывность функции, производная функции в точке, экономический смысл производной;
- основных понятий и формул элементов комбинаторики и теории вероятностей: основные правила комбинаторики суммы и произведения, выборки и их типы, формулы числа размещений, перестановок, сочетаний, испытание, случайное событие, классическое определение вероятности события, вероятность суммы и произведения событий, схема Бернулли;
- основных понятий метода описательной статистики: генеральная и выборочная совокупности, генеральные и выборочные характеристики, статистические оценки параметров распределения;
- сфер применения простейших базовых математических моделей в соответствующей профессиональной области;

развитие умений: применять определения понятий, формулы и теоремы к решению задач, обработке данных и принятию решений:

- производить операции над матрицами, решать системы линейных уравнений;
- находить область определения функции, вычислять предел функции в точке и на бесконечности, вычислять производные элементарных функций;
- находить вероятность события по классическому определению, использовать графы при нахождении вероятности события, находить вероятность суммы и произведения событий, находить вероятность числа появления события в конечном числе повторных независимых испытаний по формуле Бернулли;
- строить статистический ряд, изображать его графически, находить числовые характеристики и интерпретировать их;
- осуществлять поиск и отбирать информацию из научной и учебно-методической литературы для изучения учебного материала, подготовки докладов и проектных работ, для решения конкретной задачи.

овладение:

- навыками решения некоторых математических задач, анализа условия задачи с целью построения ее математической модели,
- навыками логического мышления и применения общелогических методов познания: анализ и синтез, индукция и дедукция, аналогия и моделирование при изучении учебного материала курса,

- опытом осуществлять построение простых математических моделей явлений и процессов профессиональной деятельности,
- опытом выбора и применения основных методов математической обработки информации для решения задач, возникающих в изучаемой профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина «Математика» относится к базовой части ОП.

Для успешного изучения дисциплины «Математика» студент должен обладать следующими результатами освоения основной образовательной программы среднего (полного) общего образования (в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего (полного) общего образования):

- *метапредметные* (межпредметные понятия и универсальные учебные действия (регулятивные, познавательные, коммуникативные), способность их использования в познавательной и социальной практике, самостоятельность в планировании и осуществлении учебной деятельности и организации учебного сотрудничества с педагогами и сверстниками, способность к построению индивидуальной образовательной траектории, владение навыками учебно-исследовательской, проектной и социальной деятельности);
- *предметные* (умения, специфические для данной предметной области, [виды деятельности](#) по получению нового знания в рамках учебного предмета, его преобразованию и применению в учебных, учебно-проектных и социально-проектных ситуациях, формирование научного типа мышления, владение научной терминологией, ключевыми понятиями, методами и приемами).

Студент должен иметь базовый уровень предметных результатов освоения базового курса математики в соответствии с ФГОС СОО:

- сформированность представлений о математике как части мировой культуры и о месте математики в современной цивилизации, о способах описания на математическом языке явлений реального мира;
- сформированность представлений о математических понятиях как о важнейших математических моделях, позволяющих описывать и изучать разные процессы и явления; понимание возможности аксиоматического построения математических теорий;
- владение стандартными приёмами решения рациональных и иррациональных, показательных, степенных, тригонометрических уравнений и неравенств, их систем; использование готовых компьютерных программ, в том числе для поиска пути решения и иллюстрации решения уравнений и неравенств;
- сформированность представлений об основных понятиях, идеях и методах математического анализа;
- владение основными понятиями о плоских и пространственных геометрических фигурах, их основных свойствах; сформированность умения распознавать на чертежах, моделях и в реальном мире геометрические фигуры; применение изученных свойств геометрических фигур и формул для решения геометрических задач и задач с практическим содержанием;
- сформированность представлений о процессах и явлениях, имеющих вероятностный характер, о статистических закономерностях в реальном мире, об основных понятиях элементарной теории вероятностей; умений находить и оценивать вероятности наступления событий в простейших практических ситуациях и основные характеристики случайных величин.

Освоение дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплины 2 курса «Статистика» базовой части ОП, для выполнения курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины «Математика» направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-10, ПК-23.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
Аудиторные занятия (всего)	36	36
Лекции	14	14
Практические занятия (ПЗ)	22	22
Самостоятельная работа (всего)	36	36
В том числе:		
Проект	8	8
Решение практических задач	18	18
Поиск, анализ и обобщение информации по заданной теме	5	5
Подготовка доклада	5	5
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Зачет	Зачет
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	72	72
	2	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Линейная алгебра	Виды матриц. Сложение матриц, умножение матрицы на действительное число. Свойства линейных операций над матрицами. Умножение матриц. Согласование порядков матриц при их умножении. Некоммутативность умножения матриц. Основные свойства умножения матриц. Определители второго и третьего порядков. Свойства определителей. Системы линейных уравнений. Решение систем линейных уравнений методом Гаусса (исключения неизвестных). Элементарные преобразования системы линейных уравнений. Общее и частное решения систем линейных уравнений. Решение систем линейных уравнений по формулам Крамера. Матричные модели в филологии и рекламных исследованиях.
2	Математическое программирование	Основные определения. Задачи линейного программирования. Решение задач линейного программирования графическим методом.
3	Математический анализ	Функция. Предел функции. Непрерывность функции. Производная функции в точке. Приложения производной к решению задач маркетинга и экономики.
4	Теория вероятностей и элементы математической статистики	Основные правила комбинаторики. Выборки элементов: размещения, перестановки, сочетания. Случайные события. Классическое определение вероятности события.

		Свойства классической вероятности. Схема Бернулли. Повторные независимые испытания. Формула Бернулли. Наивероятнейшее число. Вариационный и статистический ряды. Полигон частот и гистограммы. Основные числовые характеристики ряда: выборочная средняя, мода, медиана, дисперсия, среднее квадратическое отклонение, коэффициент вариации. Вероятностные и статистические методы в филологических исследованиях.
--	--	--

Программа учебной дисциплины Б1.Б.19 Статистика

**Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)**

профиль Медиакommunikации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Статистика»: формирование системы знаний, умений и навыков по основным разделам математической статистики как базы для формирования общекультурной и профессиональных компетенций; формирование умений применять статистические методы для обработки данных эмпирического исследования адекватно его целям и задачам, давать содержательную интерпретацию количественных результатов математического моделирования при изучении конкретных процессов и явлений в сфере рекламной деятельности; развитие творческой активности и познавательной самостоятельности в изучении и применении современных методов математической статистики при проведении исследования в сфере рекламной деятельности.

Основными **задачами** курса являются:

знание: основных понятий, формул и методов математической статистики: генеральная и выборочная совокупности, вариационный и статистический ряды, числовые характеристики положения и рассеивания вариационных рядов, коэффициент корреляции Пирсона, множественная корреляция, корреляционное отношение, ранговый коэффициент корреляции Спирмена, уравнение линии регрессии, дисперсионный анализ для несвязных и связанных выборок, понятие статистической гипотезы, условия и алгоритмы проверки статистических гипотез с помощью критериев t Стьюдента, Фишера, U Манна-Уитни, H Крускала-Уоллиса, T Вилкоксона, L Пейджа, χ^2 Пирсона, роли методов математической статистики для решения задач рекламной деятельности;

развитие умений: применять определения понятий, формулы и методы математической статистики к решению задач, обработке данных и принятию решений: строить статистический ряд, находить числовые характеристики положения и рассеивания, находить коэффициент корреляции Пирсона, находить коэффициент множественной корреляции, корреляционное отношение, ранговый коэффициент корреляции Спирмена, строить уравнение линии регрессии, проводить подготовку данных в дисперсионному анализу и применять дисперсионный анализ, выявлять различия в уровне исследуемого признака и применять критерии проверки статистических гипотез t Стьюдента, U Манна-Уитни, H Крускала-Уоллиса, оценивать сдвиг значений исследуемого признака и применять критерии T Вилкоксона, L тенденций Пейджа, выявлять различия в распределения исследуемого признака и применять критерии χ^2 Пирсона, λ Колмогорова-Смирнова, Фишера, проверять значимость коэффициентов корреляции, осуществлять поиск и отбирать информацию из научной и учебно-методической литературы для изучения учебного материала, для подготовки рефератов и проектных работ, необходимую для решения конкретной задачи.

овладение навыками применения на практике основных соотношений, формул из разделов курса, построения вариационного ряда, классифицирования задач эмпирического исследования и выбора методов их решения, формулирование статистических гипотез, выбор статистического

критерия в соответствии с целью задачи и характером собранных данных, определения вида критической области по типу статистической гипотезы и пользования таблицами критических точек, опытом осуществлять построение простых статистических моделей явлений и процессов профессиональной деятельности, опытом выбора и применения основных методов математической обработки информации для решения задач, возникающих в изучаемой профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина «Статистика» относится к базовой части ОП.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями: ОПК-7, ОПК-10, ПК-15

Студент должен:

Знать: основные методы, способы и средства получения и переработки информации; приемы работы с информацией;

Уметь: формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения;

Владеть: основными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач.

Освоение дисциплины является необходимой основой для выполнения научно-исследовательской работы и ВКР.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины «Статистика» направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-7, ОПК-10, ПК-15

4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		2
Аудиторные занятия (всего)	54	54
Лекции	22	22
Практические занятия (ПЗ)	32	32
Самостоятельная работа (всего)	54	54
В том числе:		
Выполнение проекта, реферата		
Решение практических задач		
Поиск, анализ и обобщение информации по заданной теме		
Вид промежуточной аттестации (зачёт с оценкой)	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	108	108
	3	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Вариационный ряд и его числовые характеристики	Генеральная и выборочная совокупность, способы отбора, репрезентативность выборки. Вариационный и статистический ряды. Графическое представление рядов: полигон частот и гистограммы. Основные числовые характеристики ряда: выборочная средняя, мода, медиана,

		дисперсия, среднее квадратическое отклонение, коэффициент вариации.
2	Анализ статистических связей	Понятие функциональной, стохастической и корреляционной зависимостей. Функция регрессии. Выборочные ковариация и коэффициент корреляции. Поле корреляции, уравнения линий регрессии. Множественная корреляция. Ранговая корреляция: коэффициент Спирмена.
3	Дисперсионный анализ	Понятие дисперсионного анализа. Подготовка данных к дисперсионному анализу. Дисперсионный анализ для несвязных и связанных выборок.
4	Проверка статистических гипотез	Статистическая гипотеза: нулевая и конкурирующая, ошибки первого и второго рода, уровень значимости, статистические критерии проверки нулевой гипотезы, критическая область, область принятия гипотезы, критические точки, односторонние и двусторонние критические области. Проверка значимости выборочных коэффициентов корреляции. Критерии t критерий Стьюдента, U Манна-Уитни, H Крускала-Уоллиса, T Вилкоксона, L Пейджа, χ^2 Пирсона, λ Колмогорова-Смирнова, Фишера.

Программа учебной дисциплины **Б1.Б.20 Физическая культура и спорт**

Рекомендуется для направления подготовки: **44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)** **Профиль Медиакommunikации**

1. Цели и задачи дисциплины «Физическая культура и спорт»

Цель дисциплины «Физическая культура и спорт» - формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Основными **задачами** курса являются:

- 1) понимание социальной роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
- 2) формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;
- 3) овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- 4) развитие общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студента к будущей профессии; приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

2. Место дисциплины «Физическая культура и спорт» в структуре образовательной программы (ОП)

Дисциплина «Физическая культура и спорт» включена в Блок 1 базовой части ОП в объеме обязательных 72 академических часов (2 зачетные единицы).

Для успешного изучения дисциплины студент должен:

- 1) уметь использовать разнообразные формы и виды физкультурной деятельности для организации здорового образа жизни, активного отдыха и досуга;
- 2) владеть современными технологиями укрепления и сохранения здоровья, поддержания работоспособности, профилактики предупреждения заболеваний, связанных с учебной и производственной деятельностью;
- 3) владеть основными способами самоконтроля индивидуальных показателей здоровья, умственной и физической работоспособности, физического развития и физических качеств;
- 4) владеть физическими упражнениями разной функциональной направленности, использовать их в режиме учебной и производственной деятельности с целью профилактики переутомления и сохранения высокой работоспособности;
- 5) владеть техническими приемами и двигательными действиями базовых видов спорта, активно применять их в игровой и соревновательной деятельности.

Дисциплина «**Физическая культура и спорт**» является предшествующей для таких дисциплин как «История», «Философия», «Социология», «Элективные курсы по физической культуре и спорту».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Физическая культура и спорт»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-

8

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Контактная работа с преподавателем (всего)	72	18	18	18	18
В том числе:					
Лекции	32		8	8	8
Практические занятия (ПЗ)	40	18	10	10	10
Семинары (С)					
Самостоятельная работа (всего)					
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)					зачет
Общая трудоемкость часов	72	18	18	18	18
зачетных единиц	2	0,5	0,5	0,5	0,5

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Теоретический	Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Социально-биологические основы физической культуры и спорта. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического

		воспитания. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Спорт. Индивидуальный выбор и особенности занятий спортом или системой физических упражнений. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов (ППФП).
2	Легкая атлетика	Изучение и совершенствование техники выполнения прыжков в длину. Изучение и совершенствование техники выполнения бега на короткие дистанции. Изучение и совершенствование техники выполнения бега на средние дистанции. Изучение и совершенствование техники выполнения бега на длинные дистанции. Изучение и совершенствование техники эстафетного бега. Кроссовый бег.
3	Спортивные и подвижные игры	Правила волейбола. Обучение и совершенствование основных технических элементов волейбола. Правила футбола. Обучение и совершенствование основных технических элементов футбола. Правила баскетбола. Обучение и совершенствование основных технических элементов баскетбола. Организация и проведение подвижных игр и эстафет.
4	Общая физическая подготовка с гимнастикой	Комплексы физических упражнений для развития силовых способностей основных мышечных групп с использованием отягощений, и специальных тренажеров. Комплексы гимнастических упражнений для развития ловкости, гибкости, специальных силовых способностей. Круговая тренировка для развития для развития основных физических качеств.
5	Лыжная подготовка	Изучение и совершенствование основных классических лыжных ходов (попеременные и одновременные) и техники поворотов на лыжах. Изучение и совершенствование основ горнолыжной техники (спуски, подъемы, торможения). Преодоление дистанции на лыжах.

Программа учебной дисциплины
Б1.В.01 Теория и практика массовой коммуникации

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)
Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины формирование у будущих бакалавров медиакоммуникаций знания в области теории и методологии массовой информации и практических умений использования системы средств массовой информации в их профессиональной деятельности.

Основными **задачами** курса являются:

- понимание студентами основных теорий и концепций взаимодействия людей; ключевых теоретических концепций и практических реалий в сфере массмедиа; различия в исторических векторах развития зарубежных и отечественных медиасистем; форм и способов представления проектной документации; современных концепций управления;

- овладение навыками анализа теоретических и эмпирических материалов для дальнейшего их использования в практической деятельности, организации деятельности людей в группе,
- развитие умений творческой реализации знаний в научной и прикладной деятельности в сфере массмедиа.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОПК-7	Способность обосновать профессионально-педагогические действия
ОПК-10	Владение системой эвристических методов и приемов
ПК-16	способность проектировать и оснащать образовательно-пространственную среду для теоретического и практического обучения рабочих, служащих и специалистов среднего звена
СК-2	Способность обеспечивать реализацию медиапродукции на основе анализа потребительского поведения, закономерностей формирования спроса и тенденций развития конкурентной среды

Студент должен:

- *знать* (с опорой на гуманитарные дисциплины из курса школьной программы)
- основные направления современной науки
- значение в жизни человека и общества культурных традиций, ценностей и норм;
- основы гуманитарных дисциплин; многообразие культур в их взаимодействии;
- *обладать умениями*:
- системно анализировать информацию;
- логически мыслить;
- работать с разноплановыми источниками информации
- осуществлять эффективный поиск информации и критически оценивать ее релевантность;
- получать, обрабатывать и интерпретировать информацию;
- преобразовывать информацию в знания;
- обосновывать, аргументированно доказывать свою позицию по различным проблемам,
- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения;
- генерировать новые идеи на основе имеющейся информации;
- использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности и межличностном общении;
- *владеть способами*
- современного научного познания на стыке гуманитарных, экономических и управленческих дисциплин;
- приемами аргументативного убеждения
- анализа и систематизации информации;
- ориентирования в профессиональных источниках информации (журналы, сайты, информационные порталы и т.д.);
- способностью к межкультурной и деловой коммуникации в профессиональной сфере;
- методами коммуникации в этнокультурном пространстве.

Дисциплина «Теория и практика массовой коммуникации» является предшествующей для таких дисциплин, как «Социологические аспекты медиакommunikаций», «Основы взаимодействия с медиа», «Обучение управленческой деятельности» «Дидактика медиаэкономики»

«Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих

компетенций: ОПК-7,ОПК-10,ПК-16,СК-2

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2		
Контактная работа с преподавателем (всего)	72	36	36		
в том числе:					
Лекции (Л)	28	14	14		
Практические занятия (ПЗ)	44	22	22		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	72	36	36		
в том числе:					
Практические задачи	26	14	12		
Доклад	8	4	4		
Проект	8	2	6		
Реферат	8	4	4		
Конспект	22	10	12		
Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен)			экз.		
Итого:	144	72	72		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Социальная информация и ее роль в жизни человека, организации, социума, общества. Позиционирование курса «Теория и практика массовой информации» в системе профессионального обучения.	Информация и коммуникация Массовая информация и коммуникация. Массовая коммуникация и массовая информация. Три формы существования массовой информации. Качественные характеристики информации. Журналистская информация. Позиционирование курса «Основы менеджмента» в системе профессиональной подготовки бакалавра рекламы и связям с общественностью. Структура курса, цели, задачи. Индивидуальная образовательная траектория будущего бакалавра. Выбор эффективной стратегии обучения и самообразования. Продукты аудиторной и самостоятельной учебной деятельности студентов
2.	Возникновение информационной деятельности и история развития и становления массовой информации.	История СМИ в Древнем мире. Становление книгопечатания и средств массовой информации. Влияние социальных, культурных, экономических и политических факторов на формирование регулярного процесса распространения информации: дожурналистский опыт массовой информации. Массовая информация и журналистика на ранних этапах развития средств массовой коммуникации: первые газеты и журналы. Особенности и основные этапы развития журналистики в XVII- XX веках: демократическая журналистика. Развитие радиовещания. Начало регулярного телевизионного вещания. Современные средства массовой информации. Исторические типы журналистики: религиозно-

		<p>клерикальный тип, феодально-монархический, буржуазный, журналистика социалистической и коммунистической ориентации. Журналистика в системе средств массовой информации: журналистская работа в газетах, журналах, на радио, телевидении. Организация работы информационно-аналитических центров, информационных служб, маркетинговых, рекламных, PR-служб.</p> <p>Информационные революции в сфере информации: изобретение письменности; изобретение книгопечатания; изобретение электричества; телереволюция; появление Интернета. Технические условия появления новых каналов коммуникации: совершенствование технологии сбора, обработки и хранения и распространения информации, новые технологии полиграфического производства, техники передачи сигнала. Цветная печать. Цифровая запись и цифровое телевидение. Карты памяти (TransFlash). Медиапродукция. Мобилография. Новейшие почтовые услуги (автоматический почтовый аппарат, программа ICG («аська»), программа ВАТ). Современные средства доставки массовой информации потребителю (распространение печатных СМИ, спутниковое и кабельное телевидение, книги, диски). Сетевая система организации электронных СМИ. Журналистика в эпоху Интернета. Массовая информация в системе связей с общественностью.</p>
3.	Массовая коммуникация и массовая информация. Методология анализа.	<p>Массовая коммуникация и аудитория. Понятие «масса», «толпа», «аудитория», «общественность». Аудитория как социальная общность и «квазигруппа» в социологии и связях с общественностью.</p> <p>Основные социальные функции массовой коммуникации: коммуникативная, информационная, социально-организующая, социального контроля, познавательная, культурологическая, мобилизующая, психологической регуляции, развлекательная, рациональная, иррациональная, социальной психотерапии).</p> <p>«Трехстадийная» модель распространения СМК (Д.Меррилл, Р.Ловенстейн). Схема средств социальной связи: СМК, СМИ, СМВ: соотношения понятий.</p> <p>Теории массовой коммуникации (Л. Альтуссер, А.Грамши, Ч.Р. Миллс, С.Хед, Г.М.Маклюэн, А.Моль, Г.Лассуэлл).</p>
4.	Концепция «информации» в теориях современного общества	<p>Переход от индустриального общества к обществу информационному: причины и следствия. Условия развития информационного общества. Признаки информационного общества.</p> <p>Структура современного информационного пространства: информационно-телекоммуникационная структура; интегрированные информационные, компьютерные и телекоммуникационные технологии; информационные ресурсы; система средств массовой информации; рынок информационных технологий, средств связи, информатизации и телекоммуникаций, информационных процессов и услуг; Информационно богатые рынки СМИ.</p> <p>Концепция информационного общества. Концепция общества знаний. Сетевой капитализм Кастеллса.</p>

		<p>Экономика знаков и пространства Лэша и Урри. Новая экономика Н.Бэк. Концепция медиасистемы как движущего фактора развития С. Брамана. «Посткапиталистическое общество» П.Друкера. Информационные потребности личности. Массовые информационные потоки общества как условие его оптимального функционирования. Типы информационных продуктов, составляющих массовые информационные потоки. Области творческой деятельности, создающей информационные потоки. Журналистика как организатор сотрудничества данных областей деятельности. Журналистика как профессия. Понятие о средстве массовой информации. Понятие о современных масс-медиа (mass media).</p>
5.	Концепции медиаэкономики	<p>Теоретические подходы к изучению СМИ: материалистический и культурологический подходы, социально-ориентированный и медиаориентированный подходы. Концепции критической политэкономии Н.Гарнэма, радикальной политэкономии П.Голдинга и Г.Мэрдока, «модели пропаганды» Э.Хермана и Н. Хомски, «индустрия культуры» Хоркхаймера и Адарно, «индустрии культуры» Д.Хэмондхала.</p>
6.	Медиарынок и его особенности.	<p>Коммодификация аудитории. Рынок СМИ — сдвоенный рынок товаров и услуг: рынок товара СМИ — информация, мнения, развлечения, рынок услуг — предоставление аудитории рекламодателям. Географический рынок СМИ. Конкуренция СМИ на рынках содержания, свободного времени и рекламы. Современные рыночные стратегии предприятий СМИ: концепция вертикальной производственной цепочки, отчуждение собственника от управления, возможности горизонтального роста, возможности вертикального роста, кластеризация. Спрос и предложение в медиаэкономике. Парадокс разнообразия в СМИ.</p>
7.	Типология средств массовой информации: теория вопроса и реальная практика.	<p>Системные основы типологии СМИ.</p> <p>Дифференциация СМИ в зависимости от целевых установок. Дифференциация СМИ в зависимости от собственников. Государственные; муниципальные; негосударственные СМИ. Общественные СМИ.</p> <p>Дифференциация СМИ в зависимости от аудитории. Детские, молодежные, женские, мужские, специализированные СМИ.</p> <p>Нетрадиционные средства массовой информации (рекламно-справочные, информационно-справочные, имиджевые, журналы partwork (коллекционные издания).</p> <p>Типология и система печатных СМИ. Параметры типологизации: по месту издания и масштабу распространения, по периодичности, по времени выхода, по характеру отражения действительности.</p> <p>Типология электронных СМИ. Диапазоны вещания. Дифференциация электронных СМИ: по тематическому признаку; по аудиторному (адресному) признаку; по учредителю; по национальному признаку; по территориальному признаку; по источнику финансирования.</p> <p>Понятие о радиформате. Разговорные, новостные и музыкальные форматы на радио.</p>

		<p>Универсальные и специализированные телеканалы.</p> <p>Классификация веб-СМИ: клоны несетевых изданий; издания, существующие только в Интернете; смешанные издания.</p> <p>Российская медиасистема. Печатные СМИ: газеты и журналы. Общественно-политические СМИ. Партийная пресса. Деловая пресса. Культурно-просветительные, развлекательные, эротические СМИ. Внутрикorporативная и клиентская пресса. Характеристика печатных СМИ России. Медиакарта СМИ.</p>
8.	Особенности газетной индустрии	<p>Газетная индустрия в информационно богатых странах. Основные этапы развития газетной индустрии. Экономические особенности газетной индустрии. Типы рыночных структур на газетном рынке. Современные тенденции развития газетного рынка. Национальные особенности современных рынков прессы. Государственные формы поддержки газетной индустрии. Общие черты газетных рынков информационно богатых стран. Национальные газетные рынки: общая характеристика.</p>
9.	Особенности журнальной индустрии	<p>Журнальная индустрия в информационно богатых странах. Основные этапы развития прессы. Экономические особенности журнальной индустрии. Современные тенденции развития журнального рынка. Общие черты журнальных рынков информационно богатых стран. Национальные рынки прессы: общая характеристика.</p>
10.	Особенности телевизионной индустрии	<p>Аудиовизуальный сектор в медииндустрии. Основные модели организации телевизионной индустрии. Технологии распространения телесигнала. Особенности ТВ как индустрии. Источники доходов в ТВ-индустрии. Стратегии конкурентоспособного программирования. Экономические и организационные особенности телесетей. Производство программ как сектор ТВ-индустрии. Коммерческое и общественное ТВ на современном медиарынке. Финансирование и организация общественного вещания. Коммерческие каналы. Модели общественного вещания в развитых рыночных демократиях.</p>
11.	Особенности радио- и кабельной индустрии	<p>Радио – самое доступное СМИ. Эволюция рыночной стратегии радиовещания. Основные форматы современных коммерческих радиостанций. Экономика кабельной индустрии. Организация кабельной индустрии. Ценовая политика и структура кабельной индустрии.</p>
12.	Особенности онлайн-СМИ	<p>Новые ИКТ и экономика традиционных СМИ. Конвергенция медиатехнологий, медиарынков и СМИ. Конвергенция как фактор преобразования медиасистем. Контент-индустрия в структуре экономики СМИ. Экономические преимущества Интернета перед традиционными СМИ. Экономика онлайн-СМИ. Бизнес-модели онлайн-СМИ. Источники доходов онлайн-СМИ. Журналистика в условиях прогресса ИКТ. Первая «шестерка» медиакампаний.</p>

13.	Социальные роли массовой коммуникации. Журналистика и социальные институты. Журналистика и массовая аудитория	Современные массмедиа в век глобализации. Глобальная информационная среда. СМИ – особая форма реальности. Современный журнализм. Информационные предпочтения современного потребителя информации. «Легкий читатель» и его влияние на систему СМИ и качество журналистики. «Пластиковая журналистика». Изменение структуры информационного рынка. Журналистика как вид бизнеса. Взаимодействие со смежными информационно-коммуникационными сферами – рекламой и PR. Проблемные зоны современной журналистики: плагиат; компромат; «скрытая» реклама; информационное обслуживание вместо журналистики.
14.	Жанровые разновидности журналистских произведений. Планирование профессиональной деятельности журналиста	Особенности использования жанровых разновидностей журналистских произведений. Специфика использования разновидностей информационного жанра (заметки, интервью, отчета, репортажа). Исследование, анализ фактов, установление причинно-следственных связей в аналитическом жанре (корреспонденция, статья, комментарий, рецензия, обзор, обозрение, журналистское расследование). Художественные методы познания и отображения действительности, приемы художественной типизации в зарисовке, очерке, фельетоне, памфлете. Планирование журналистской деятельности. Проблемы журналистского мастерства. Журналистское творчество. Профессиональное общение журналиста. Специфика профессиональной деятельности журналиста. Журналистика и общество: современный аспект взаимодействия.
15.	Инфраструктура современного информационного рынка	Роль и место технических учреждений в системе информации и коммуникации: информационные агентства и службы, пресс-службы и PR-службы и PR-агентства. Структура управления в сфере коммуникации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ. Саморегулирование массмедиа. Образование в области массовой информации.
16.	Эффекты массовой информации	Периодизация и типология исследований эффектов массовой информации. Современные подходы к исследованию эффектов массовой коммуникации на уровне группы, общества: установление пунктов «повестки дня», «Спираль молчания», теория информационного дефицита. Модель зависимости эффектов массовой коммуникации. Подход «полезности и удовлетворения потребностей». Показатели эффективности. Исследование материалов СМИ методом контент-анализа. Прикладные исследования аудитории СМИ.

Программа учебной дисциплины
Б1.В.02 Пропедевтика систем визуальных коммуникаций

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цель дисциплины «Пропедевтика систем визуальных коммуникаций» - дать обоснованное представление о функционировании систем визуальных коммуникаций в современном медиапространстве.

Основными **задачами** курса являются:

- Знакомство с основными типами систем визуальных коммуникаций и видами носителей информации
- Формирование знаний о специфике жанров рекламы, которая распространяется в системах визуальных коммуникаций;
- Обучение навыкам системного проектирования систем визуальных коммуникаций и его организации (планирования, организации, контроля и оценке);
- Овладение навыками проектирования рекламно-информационных материалов.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**

Студент должен:

Знать: основные закономерности историко-культурного развития человека и человечества; основные законы экономической теории; основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения; особенности влияния художественной культуры на формирование и развитие рекламы.

- обладать умениями: анализировать и сопоставлять факты, события; анализировать и интерпретировать различные типы текстов, включая художественные; создать на основе стандартных методик и действующих нормативов различные типы текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст); анализировать ценностные категории, востребованные в условиях современного общества; - использовать полученные знания для развития своего общекультурного потенциала в контексте задач профессиональной деятельности; анализировать и интерпретировать культурные феномены с учетом социокультурного контекста.

- владеть навыками (опыт): формулирования аргументированных умозаключений и выводов; навыками редактирования и копирайтинга; навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов; навыками интерпретации, аргументированного диалога, толерантного отношения к культурным традициям; навыками типологического и историко-культурного анализа; навыками анализа и интерпретации культурных артефактов

Дисциплина «Пропедевтика систем визуальных коммуникаций» является предшествующей для таких дисциплин, как «Методика обучения и технологии проектирования текстов медиакоммуникаций», «Методика обучения и технологии проектирования рекламного продукта», «Методика обучения проектной деятельности», «Управление проектами в профессиональной деятельности».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций : ОПК-9, ПК-14, ПК-20, ПК-22, ПК-25, ПК-28

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4	5		
Контактная работа с преподавателем (всего)	72	36	36		
В том числе:					
Лекции	28	14	14		

Практические занятия (ПЗ)	44	22	22		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	72	36	36		
В том числе:					
Работа с информационными источниками	24	12	12		
Работа с глоссарием	2	1	1		
Подготовка реферата	4	2	2		
Выполнение практических задач	36	18	18		
Подготовка презентации по теме выполненной практической задачи	6	3	3		
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет	зачет		
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	144	72	72		
	4	2	2		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Типология систем визуальных коммуникаций	Специфика медиа: СМИ и системы массовых коммуникаций. Классификация систем визуальных коммуникаций: территориальных (out door); городских; корпоративных; на местах продаж, на массовых мероприятиях, выставках..
2	Особенности функционирования различных типов систем визуальных коммуникаций:	Особенности функционирования территориальных систем визуальных коммуникаций (out door); городских; корпоративных; на местах продаж; на массовых мероприятиях, выставках.
3	Виды носителей рекламы PR - материалов	Виды носителей рекламы в системе городских визуальных коммуникаций. Виды носителей рекламы системе визуальных коммуникаций на местах продаж; Виды носителей PR - материалов в системе корпоративных визуальных коммуникаций. Специфика мерчандайзинга, витринистики, product placement, выставочного экспонирования
4	Типология жанров информационных, PR и рекламных материалов	Структурные и композиционные особенности различных жанров информационных, PR и рекламных материалов
5	Теоретические основы и методология проектирования (дизайна)	Понятие дизайна. Становление дизайна как самостоятельного вида профессиональной деятельности. Типология проектной деятельности

		(дизайна). Особенности становления отечественного дизайна. Взаимосвязь становления дизайна и рекламы
6	Системный подход в дизайне	Системный дизайн. Понятие системного дизайна. Предмет и принципы системного дизайна. Основные этапы разработки дизайн – объекта. Модель дизайн – системы «Реклама» и ее функционирование.
7.	Синтагма рекламного сообщения	Типология рекламы: имиджевая, потребительская, торгово-промышленная. Структурные элементы рекламного сообщения. Виды взаимосвязей структурных элементов рекламного сообщения.
8	Типология дизайн - средств	Типология дизайн – средств: семиотические, художественные, материаловедческие, технологические. Особенности стилиобразования и формообразования в рекламе. Инфорграфика.
9	Формообразование графического рекламного сообщения (пространственно-графическая композиция)	Художественные средства формообразования в графической рекламе. Типографика. Фотографика. Модели пространственно-графической композиции пресс-рекламного сообщения (монополярная, биполярная и фрагментарная композиции), их разновидности. Законы гармоничной композиции. Средства гармонизации графической композиции.
10	Особенности современных художественных средств графического дизайна	Современные тенденции постмодернизма и деконструктивизма в использовании художественных дизайн – средств в рекламе.
11	Особенности формообразования печатной рекламы	Специфика дизайна полиграфической (печатной) рекламы: разновидности полиграфической рекламы. Особенности дизайна пресс-рекламы, полиграфической продукции, многостраничной полиграфической продукции, наружной рекламы и транзитной рекламы.

Программа учебной дисциплины **Б1.В.03 Психология медиакоммуникаций**

Рекомендуется для направления подготовки **44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)** **профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Психология медиакоммуникаций» - формирование профессиональных компетенций на основе изучения ведущих закономерностей психической деятельности человека в условиях общественной деятельности и социальной коммуникации, исследование механизмов и принципов, лежащих в основе их функционирования.

Основными **задачами** курса являются:

- понимание теоретических и практических проблем психологических закономерностей функционирования человека в условиях массовой коммуникативной деятельности. Ознакомление с наиболее значимыми результатами исследований этих проблем;

- овладение навыками аналитического изучения и критического освоения результатов традиционных и современных исследований проблемы массовой коммуникативной деятельности в российской и зарубежной обще- и социально-психологических науке,

- развитие умений и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности, индивидуальной и коллективной консультативной деятельности в области психологии массовой коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в базовую часть ОП.

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП.**

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-3 способность использовать основы естественнонаучных и экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию

ОК-7 способностью использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности

ОПК-6 способностью к когнитивной деятельности

ПК-15 способностью прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

Студент должен:

Знать:

- основные понятия и категории экономической теории;
- Описывает технологию целеполагания собственной профессиональной деятельности
- Характеризует средства осуществления самоорганизации и самообразования
- Осознает необходимость непрерывного самообразования
- знает теоретические основы базовых наук, обеспечивающих правовые знания, основы законодательно-правового регулирования различных сфер деятельности
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности
- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

Обладать умениями:

- основные понятия и категории экономической теории;
- Осуществляет поиск профессионально-значимой информации в сети Интернет и других источниках
- Использует электронные образовательные ресурсы в целях самоорганизации и саморазвития
- Разрабатывает план самообразования и самоорганизации
- Выбирает средства самообразования и самоорганизации в соответствии с поставленными целями
- способен использовать теоретический потенциал основ законодательно-нормативного регулирования при организации деятельности в различных сферах (педагогической, управленческой, исследовательской и так далее)
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности

-осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

- использовать электронные образовательные ресурсы в целях организации научно-исследовательской работы;

Владеть навыками

- Владеет основами работы с персональным компьютером

- Обладает опытом целеполагания процесса собственного профессионального развития

- Владеет основами моделирования и оценки качества собственного образовательного маршрута и профессиональной карьеры

- Владеет навыками самоанализа, самооценки и самокоррекции

- Владеет навыками анализа и синтеза профессиональной информации и опыта с целью самообразования

-способен использовать теоретический потенциал основ законодательно-нормативного регулирования при организации деятельности в различных сферах (педагогической, управленческой, исследовательской и так далее)

- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности

-осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

Дисциплина «Психология медиакоммуникаций» является предшествующей для таких дисциплин, как «Культурные архетипы в рекламе и связях с общественностью», «Основы брендинга», «Методика обучения технологии проектирования рекламного продукта», «Методика преподавания коммуникативных дисциплин».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОПК-1, ОПК-8, ПК-15, ПК-17, ПК-23, СК-2

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		5	6
Контактная работа с преподавателем (всего)	108	54	54
В том числе:			
Лекции	42	22	22
Практические занятия (ПЗ)	66	32	32
Семинары (С)			
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа (всего)	108	54	54
В том числе:			
Работа с информационными источниками	44	14	30
Анализ и интерпретация результатов	22	8	14
Отчет	12	6	6
Решение практических задач	24	8	16
Деловая игра	6		6
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	36	экзамен	Зачет с

			оценкой
Общая трудоемкость	часов зачетных единиц	252	108
		7	4
			3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Психология воздействия. Психологические технологии, приемы, средства и методы воздействия. Их использование в массовой коммуникации.	Методологические основы психологии массовых коммуникаций; основные понятия психологии рекламной деятельности; социально-психологические подходы к организации рекламной деятельности. Методы психологического воздействия в рекламе; методы маркетинговой коммуникации. Классификация средств психологического воздействия в массовых коммуникациях. Феномены массовой коммуникации.
2	Психологические методы оценки эффективности СМИ	Методы психологической экспертизы СМИ. Фокус-группа как источник идей в массовой коммуникации. Социально-психологический и когнитивно-стилевой портрет потребителя. Обеспечение обратной связи. Экспериментальное исследование эффективности воздействия СМИ. Измерение психофизиологических коррелятов эмоциональных состояний. Модификация методов РР и СД в практике массовых коммуникаций.
3	Личность адресата массовой коммуникации	Психологические закономерности и механизмы поведения и деятельности личности адресата; Я-концепция и самооценка личности. Механизм идентификации. Психологические основы классификации адресата массовой коммуникации.
4	Психологические требования к специалисту массовых коммуникаций.	Периодизация профессионального развития; адаптация к условиям профессиональной деятельности; профессиональная деформация специалиста в рекламе; понятие и содержание психического выгорания. Профессиональный контакт с клиентом; физические и эмоциональные компоненты консультативного климата; вербальные и невербальные средства поддержания контакта.

Программа учебной дисциплины **Б1.В.04 Социологические аспекты медиакommunikаций**

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакommunikации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Социологические аспекты медиакоммуникаций» - формирование у студентов современных знаний в области социологии массовой коммуникации; раскрыть ее место и роль в жизни современного общества и социальном управлении; изучить системные характеристики современных российских СМИ; показать роль и место массовой информации, СМИ в системе современной коммуникации.

Основными **задачами** курса являются:

- понимание особенностей функционирования современных зарубежных и отечественных СМИ; сущности и значения информации в развитии современного информационного общества, осознание опасностей и угроз, возникающие в этом процессе; функций массовой коммуникации; места и роли массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; основные положения социологии массовой коммуникации; социально-политические, информационные и материально-технические предпосылки возникновения, развития и совершенствования массмедиа.
- овладение навыками в сфере социологического способа изучения массовой коммуникации, соблюдения основных требований информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; направления и форм взаимодействия СМИ и служб связей с общественностью.
- развитие умений в области планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний; анализа результатов коммуникационных кампаний; организации и поддержания постоянных контактов со СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, издательствами и др.; проведение мониторинга информационных источников; анализа состояния и прогнозирования изменения информационного рынка и сферы общественных коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-1 Способность использовать основы философских и социогуманитарных знаний для формирования научного мировоззрения
- ОК-5 Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- ОПК-4
- ОПК-10 Владение системой эвристических методов и приемов
- ПК-21 Готовность к разработке, анализу и корректировке учебно-программной документации подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена
- ПК-23 Готовность к проектированию форм, методов и средств контроля результатов подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена

Студент должен:

Знать:

- основные направления, проблемы, теории и методы современной науки
- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде, основные функции и приемы менеджмента, основы социологии и психологии
- значение в жизни человека и общества культурных традиций, ценностей и норм;
- основы гуманитарных дисциплин; многообразие культур в их взаимодействии;
- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде, основные функции и приемы менеджмента, основы социологии и социологических исследований, основы социологии и психологии массовых коммуникаций.

Обладать умениями:

- системно анализировать информацию;
- логически мыслить и вести научные дискуссии;
- работать с разноплановыми источниками информации

- осуществлять эффективный поиск информации и критически оценивать ее релевантность;
- получать, обрабатывать и интерпретировать информацию;
- преобразовывать информацию в знания;
- обосновывать, аргументированно доказывать свою позицию по различным проблемам, связанным с профессиональной деятельностью
- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения;
- генерировать новые идеи на основе имеющейся информации;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации коммуникационных кампаний и коммуникационных программ.
- использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности и межличностном общении;
- осуществлять профессиональные функции в области рекламы, основываясь на положениях нормативных правовых актов, регламентирующих профессиональную деятельность;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ.

Владеть:

- способами современного научного познания на стыке гуманитарных, экономических и управленческих дисциплин;
- приемами аргументативного убеждения
- анализа и систематизации информации;
- ориентирования в профессиональных источниках информации (журналы, сайты, информационные порталы и т.д.);
- организации и ведения профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, основываясь на оценке эффективности маркетинговых процессов;
- способностью к межкультурной и деловой коммуникации в профессиональной сфере;
- методами организации и ведения профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, основываясь на оценке эффективности маркетинговых процессов;
- методами коммуникации в этнокультурном пространстве.

Дисциплина «Социологические аспекты медиакоммуникаций» является предшествующей для таких дисциплин, как «Дидактика медиаэкономики», а также производственной практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-1,ОК-5,ОПК-4,ОПК-10,ПК-21,ПК-23

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6		
Аудиторные занятия (всего)	72	18	54		
в том числе:					
Лекции (Л)	28	6	22		
Практические занятия (ПЗ)	44	12	32		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	72	18	54		
в том числе:					
Практические задачи	24	6	18		
Реферат	20	6	14		

Доклад	10	2	8		
Конспект	8	2	6		
Кейс	10	2	8		
Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Экзамен, зачет	зачет	экзамен		
Общая трудоемкость: часа зачетных единиц	180 5	36 1	144 4		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Социология массовой коммуникации	<p>Понятие массовой коммуникации как социального явления. Основные характеристики массовой коммуникации как социально ориентированного вида общения.</p> <p>Особенности социологического подхода в изучении массовой коммуникации. Соотношение социологии массовой коммуникации и экономического, политологического, культурологического, психологического и иных подходов к изучению массовой коммуникации.</p>
2.	История изучения массовой коммуникации	<p>Эволюция социологических учений о природе и функциях массовой коммуникации.</p> <p>Макс Вебер о прессе как «капиталистическом предприятии».</p> <p>Ч. Миллс о роли средств массовой коммуникации.</p> <p>Отечественные представители социологии массовой коммуникации и их вклад в изучение средств массовой коммуникации.</p>
3.	Историческая эволюция массовых коммуникаций	<p>Повышение роли массовой коммуникации во всех сферах общественной жизни на современном этапе. Типология обществ по характеру движения информационных потоков.</p> <p>Массовая коммуникация и тенденции мирового развития. Массовое общество, массовое сознание и массовые коммуникации. Основные особенности массовой коммуникации: публичный характер, открытость, асимметричность передающей и принимающей сторон, опосредованность контактов и т.д. Изменение структуры и функций массовой коммуникации в ходе развития общества.</p> <p>Технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях массовой коммуникации. Три коммуникационные революции.</p> <p>Понятие «информационного общества». Глобализация современных средств массовой коммуникации. Противоречивость процессов развертывания массовой коммуникации в Российской Федерации.</p> <p>Средства массовой коммуникации в условиях зависимого (догоняющего) развития.</p> <p>Идея «нового мирового информационного порядка». Международная программа развития коммуникации ЮНЕСКО (1980).</p>
4	Массовая коммуникация как социальная подсистема	<p>Массовая коммуникация как подсистема социума. Место и роль массовой коммуникации в жизни современного общества. Взаимоотношение массовой коммуникации с другими коммуникативными структурами.</p> <p>Структура массовой коммуникации. Специфика функций отдельных средств массовой коммуникации как следствие различий их выразительных средств. Интернет. Иные средства массовой коммуникации. Проблема дублирования и кооперации средств массовой коммуникации.</p> <p>Парадигма производителя информации и парадигма потребителя информации. Факторы отбора информации в реальной деятельности информационных органов. Профессиональные факторы и факторы групп интересов в отборе</p>

		<p>и использовании информации.</p> <p>Массовая коммуникация как средство «социального сщепления» и фактор социальных инноваций.</p> <p>Формы регуляции взаимоотношений в массовой коммуникации: законодательство, профессиональные кодексы этики, неформализованные способы.</p>
5	Средства массовой информации и власть	<p>Место средств массовой информации в процессах массовой коммуникации. Альтернативные коммуникации: популярные концерты, театральные представления, карнавалы, шествия, фестивали, ярмарки. Иные формы массовой коммуникации.</p> <p>Средства массовой информации как «четвертая власть».</p> <p>Различия в понимании и роли средств массовой информации в политике: тоталитаризм, авторитаризм, демократия. Информационное пространство мира: национальные и международные информационные сети. Информационный плюрализм. Понятие «информационная безопасность» в системе национальной (государственной) безопасности.</p> <p>Взаимодействие средств массовой информации и государственной власти: проблемы, исследования, оптимизация. Управление средствами массовой информации: модели, проблемы, тенденции. Государственная политика в области средств массовой информации в мире и Российской Федерации. Региональные аспекты взаимоотношений местной власти со средствами массовой информации.</p> <p>Специфика проблемы свободы слова и информации в массовой коммуникации.</p> <p>Средства массовой информации и государство: модели взаимодействия и российская практика. Роль государства в обеспечении прав, свобод и обязанностей в массовой коммуникации. Социально-политические и юридические аспекты осуществления принципа свободы слова и информации.</p> <p>Лоббизм и средства массовой информации. Организация лоббистских кампаний через средства массовой информации: анализ ситуации, выработка стратегии, подготовка основного плана кампании, основной план действий и реализация, итоги.</p> <p>Имидж политика через призму средств массовой информации. Политический маркетинг как «продажа политического товара». Роль средств массовой информации в этом процессе. Политическая реклама в средствах массовой информации. Три типа влияния средств массовой информации на участников предвыборных кампаний: активация, помогающая сделать выбор; усиление убежденности в правильности выбора; конверсия – переход на другие позиции.</p>
6	Средства массовой информации и отношения собственности	<p>Гарантии гласности и плюрализма мнений, свободы слова и информации: социально-классовые, финансовые, политические, правовые, нравственные и творческие аспекты.</p> <p>Экономические факторы и условия свободы средств массовой информации. Модель независимой прессы в контексте рыночных отношений.</p> <p>Влияние различных форм собственности (частная, государственная и общественная) на функционирование информационных органов. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала.</p> <p>Государственные и негосударственные средства массовой информации. Клань и группировки в средствах массовой информации. Общественно-политическая жизнь в России и средства массовой информации.</p> <p>Общественность и средства массовой информации. Модели социальной ответственности средств массовой информации. Общественные требования к средствам массовой информации. Мировой опыт общественных советов в функционировании массовой коммуникации.</p> <p>Концепция общественного вещания. Факторы,</p>

		ограничивающие реализацию этих принципов. Возможности общественного вещания в Российской Федерации.
7	Средства массовой информации и общественное мнение	<p>Общественное мнение: природа, структура, функции. Роль средств массовой информации в формировании и функционировании общественного мнения.</p> <p>Отражение политической культуры в средствах массовой информации. Экономические, национальные, религиозные и иные региональные особенности ориентаций и идеалов в средствах массовой информации.</p> <p>Взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования и функционирования общественного мнения.</p> <p>Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне: установление «пунктов повестки дня», «спираль молчания», «информационный дефицит» и пр.</p> <p>Средства массовой информации как инструмент убеждения и мобилизации, действующие в интересах общественных и частных организаций и институтов. Средства массовой информации как инструмент международной политики и наднационального контроля.</p> <p>Особенности изучения общественного мнения. Опросы общественного мнения в прессе и других средствах массовой информации как тест. Профессиональные требования к проведению и публикации итогов опросов.</p>
8	Средства массовой информации и социальные проблемы	<p>Понятие социальной проблемы. Объективные и субъективные компоненты социальных проблем. Типология социальных проблем.</p> <p>Направления и школы в объяснении природы социальных проблем.</p> <p>Особенности массовой коммуникации как одной из «публичных арен», где происходит «конструирование и трансформация социальных проблем».</p>
9	Реклама в средствах массовой информации	<p>Средства массовой информации, реклама и общество.</p> <p>Социальные условия возникновения и активного функционирования рекламы в обществе. Влияние рекламы на общественные устои и влияние общественного строя на рекламу.</p> <p>Реклама в социологии и социология в рекламе.</p> <p>Средства массовой информации как основной носитель рекламы.</p> <p>Влияние рекламы на содержание прессы, радио и телевидения.</p> <p>Прогнозирование изменений общественных институтов и эволюции средств массовой информации.</p> <p>Особенности рекламы в различных средствах массовой информации. Реклама в газете. Реклама в журнале. Реклама на радио. Реклама на телевидении. Наружная реклама. Транзитная реклама. Интернет-реклама.</p> <p>Коммерческая, политическая и социальная реклама в средствах массовой информации: особенности, структура, социальные функции.</p>
10	Паблик Рилейшнз и средства массовой информации	Связи с общественностью и СМИ в политике. Связи с общественностью и СМИ в государственной службе. Связи с общественностью и СМИ в финансовой сфере. Связи с общественностью и СМИ в производственной, коммерческой и иных сферах общественной жизни.
11	Средства массовой информации и молодежная аудитория	Молодежь как специфическая аудитория коммуникативного пространства. Теории молодежи: молодежь как носитель психофизических свойств личности; молодежь как феномен культуры; молодежь как объект и субъект процесса преемственности и смены поколений (социальная функция молодежи).
12	Социологические методы исследования массовой коммуникации	Коммуникатор и социологические способы его изучения. Институциональное и индивидуальное в фигуре коммуникатора. Престижность, надежность, доверительность как факторы общения. Персонализация коммуникатора в различных

		<p>средствах массовой информации.</p> <p>Содержание массовой информации. Методики исследования содержания информации.</p> <p>Понятие языка коммуникации. Понятие канала информации.</p> <p>Влияние формы (средства массовой коммуникации) на содержание информации.</p> <p>Аудитория. Показатели, описывающие аудиторию СМИ.</p> <p>Средства массовой информации в жизни индивида. Мотивы и механизмы обращения личности к средствам массовой информации. Объективные факторы: потребность в информации, сложность современного общества, престиж знания и др.</p> <p>Субъективные факторы: факторы, зависящие от коммуникатора, и факторы, зависящие от особенностей аудитории.</p> <p>Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации.</p> <p>Исследования функций массовой коммуникации: эмпирический и теоретический уровни. Социальные функции массовой коммуникации в социологическом и социально-психологическом аспектах. Понятие эффективности массовой коммуникации как меры достижения поставленных целей. Эффект и эффективность. Эффективность и ее связь с основными этапами воздействия на индивида.</p>
--	--	--

Программа учебной дисциплины

Б.1.В.05 Политическая коммуникация

Рекомендуется для направления подготовки: 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) профиль Медиакоммуникации

1.Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Политическая коммуникация» - формирование представления о формах и технологиях политической коммуникации, ее воздействия на электоральное поведение в ходе социально-политических кампаний.

Основными **задачами** курса являются:

- понимание базовых моделей политической коммуникации;
- выявление общих и специфических черт политико-коммуникационных компаний;
- развитие умений по разработке информационно-коммуникационных технологий для поддержки и сопровождения социально-политических кампаний;
- усвоение основных технологий информационного воздействия в социально-политических процессах;
- овладение навыками переговорных технологий в сфере урегулирования политических конфликтов.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП.**

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-3 способность использовать основы естественнонаучных и экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
- ОК-5 способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

- ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию
ОК-7 способностью использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности
ОПК-6 способностью к когнитивной деятельности
ПК-15 способностью прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

Студент должен:

Знать:

- теоретические основы организации коллективной деятельности, обоснования и формулирования целей, задач, мотивации, правовые, этические, нравственные нормы реализации педагогической и профессиональной деятельности;
- особенности осуществления коллективной деятельности в различных отраслях, сферах, основные требования как к лицам, осуществляющим координацию, управление, так и выполняющим определенные поручения и решающим поставленные задачи, методы организации взаимодействия педагога с различными субъектами педагогического процесса;
- сущностные характеристики толерантности, понятия не соотносимого с безразличием, без принуждённой терпимостью к злу, расизму, вандализму, варварству.

Уметь:

- системно анализировать практику организации педагогического и управленческого процессов в соответствии с поставленными целями и сформулированными задачами, результаты коллективного труда
- бесконфликтно общаться с различными субъектами процесса профессиональной деятельности
- участвовать в общественно-профессиональных дискуссиях с целью разрешения различных социально-экономических проблем на основе базовых нравственных ценностей

Владеть:

- опытом организации коллективного труда, способностью принимать управленческие решения и обеспечивать личную управленческую дисциплину на основе базовых нравственных ценностей
- способами взаимодействия с другими субъектами профессионального процесса на основе базовых нравственных ценностей;
- способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами в условиях поликультурной среды на основе базовых нравственных ценностей;

Дисциплина «Основы брендинга» является предшествующей для таких дисциплин, как «Деловая коммуникация», «Управление проектами в профессиональной деятельности», «Управление проектами в медиакommunikациях».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-2, ОПК-4, ОПК-8, ОПК-10, ПК-30, СК-2

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4		
Контактная работа с преподавателем (всего)	90	36	54		
В том числе:					
Лекции	36	14	22		
Практические занятия (ПЗ)	54	22	32		
Семинары (С)					

Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)					
В том числе:	90	36	54		
Работа с информационными источниками	20	4	16		
Анализ и интерпретация результатов	20	4	16		
Работа над проектом	18	8	10		
Решение практических задач	12		12		
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		экзамен	зачет с оценкой		
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	180	72	108		
	5	2	3		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Политическая коммуникация ее особенности	<p>Понятие политической коммуникации. История изучения. Виды и формы политической коммуникации. Политическая информация. Функции политической коммуникации. Специфика политической коммуникации</p> <p>Различные подходы к структуре политической коммуникации. Теории «волшебной пули» и «подкожных инъекций». Теория двухступенчатой коммуникации (П.Лазарсфельд, Б. Берельсон, Г. К. Годэ). «Теория спирали умолчания» (Э.Ноэль-Нойман). «Теория диффузии инноваций» (Э. Роджерс). Теория культивирования (Дж. Гербнер). Теория информационных барьеров (К.Левин). Теория искажения новостей (У. Липпман). Теория урегулирования повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу). Теория обретения пользы и удовлетворения (Дж.Бламлер, Э. Кац). Теория зависимости (С. Болл-Рокеш и М. де Флер). Коммуникационно-кибернетические теории политической системы: модель Д. Истона, модель Г.Алмонда и Дж. Коулмэна, модель К. Дойча.</p> <p>Модель Ж.М. Коттрэ, модель К. Сайне, модели альтернативных видов движения информации: вещания, диалоговая, консультационная.</p> <p>Основные виды убеждающей коммуникации: центральный и периферийный. Модульная схема убеждающей коммуникации: центральная тема информационной кампании, сюжетные линии центральной темы, информационные продукты, политические слоганы.</p> <p>Техники убеждающей коммуникации: техники</p>

		<p>внимания, техники доверия, техники интерпретации, техники подкрепления.</p> <p>Горизонтальная и вертикальная политический коммуникации. Формальная и неформальная. Межличностная, групповая, массовая. Выступление. Митинг. Переговоры, дебаты</p>
2	Политический маркетинг.	<p>Понятие политического рынка. Основные категории политического рынка. Понятие политического продукта. Политическая реклама, связь с общественностью, директ-маркетинг, личные продажи, стимулирование сбыта, пропаганда.</p>
3	Политическая реклама как форма политической коммуникации.	<p>Цели и задачи политической рекламы. Функции политической рекламы. Виды политической рекламы. История политической рекламы. Структура политической рекламы. Правовое регулирование политической рекламы. Понятие информационного повода. Признаки информационного повода. Распространение информации. «Уникальное политическое предложение». Типы сообщений. Особенности и значение текста в политической рекламе. Единство текста. Функции заголовка. Жанры рекламного текста. Выбор стиля аргументации. Конструкция рекламного политического сообщения. Способы представления информации: визуализация, прототипирование, storytelling, сценарии, слайдология, roadmap, dashboard, инфографика. Особенности дизайна в политической рекламе. Символика. Закономерности дизайна. Иллюстрации и цвет. Факторы искажения восприятия. Печатная и наружная политическая реклама. Виды печатной рекламы. Виды листовок. Особенности подготовки листовок, буклетов, брошюр. Особенности подготовки политических плакатов, портретов. Телевизионная политическая реклама. Виды телевизионной политической рекламы. Телевизионные ролики. Политические передачи. Политические шоу. Особенности телевизионной политической рекламы. Отличия политической рекламы, пропаганды и политического PR. Сущность и отличительные признаки политической пропаганды. Функции пропаганды. Типы пропаганды. Особенности пропагандистских информационных технологий.</p>
4	Политический PR.	<p>Цели и задачи политического PR. Инструменты PR в политической коммуникации. Этапы политической PR-кампании. Модели PR-коммуникации: модель пресс-агентства, модель информирования общественности, модель двусторонней ассиметричной коммуникации, модель двусторонней(симметричной) коммуникации. «Массовый разговор»: слухи, сплетни, анекдоты как форма сетевых коммуникаций.</p> <p>Планирование и проведение политической рекламной кампании. Цели и задачи рекламной кампании. Выбор</p>

		<p>стратегии: рывка, быстрого финала, большого события, крейсера стратегия. Имиджевая коммуникация. Понятие политического имиджа, его особенности. Структура и виды политического имиджа. Имидж политической партии. Алгоритм формирования имиджа кандидата. Виды позиционирования. Позитивный и негативный стратегический образ. Имиджевая легенда. Имиджевая модель. Способы и средства манипулирования политическим восприятием. Психологическое воздействие на избирателей и рекламные методы противодействия.</p>
5	<p>Электронное правительство. GR-связи с правительством. Лоббизм.</p>	<p>Government relations (GR) – «связи с государством», «связи с органами государственной власти». Особенности технологии связей с государством. PR – GR – общее и особенности. GR и лоббистская деятельность. GR и корпоративный имидж фирмы. GR и репутационный менеджмент Инструментарий государственного PR: медиарелейшенз, интернет-коммуникации, организация специальных событий. PR-кампании. Понятие об «электронном правительстве». Коммуникация межгосударственных организаций и надгосударственных институтов. Пресс-службы и их роль в работе политических партий. Коммуникация неправительственных общественных организаций. Политические коммуникации в формирующемся гражданском обществе. Понятие «лоббизма». Технологии лоббизма. Особенности организации системы коммуникаций с различными целевыми аудиториями. Организация прямых и обратных связей. Специальные мероприятия и практики в коммуникации органов государственной власти и местного самоуправления: общественные слушания, государственные и городские праздники, информационно-коммуникационные кампании органов власти и МСУ. Понятие «электронная демократия». Электронное голосование. Развитие гражданских горизонтальных связей. Формирование новых гражданских сообществ. Понятие «электронное правительство». Направления работы «электронного правительства». Проект «Открытое правительство» в РФ.</p>
6	<p>Переговорный процесс в политической коммуникации.</p>	<p>Типологии и функции политических переговоров. Политические переговоры как искусство. Метод принципиального ведения переговоров. Национальный стиль как фактор политических переговоров. Манипулятивные технологии ведения переговоров. Паралингвистические и невербальные приемы манипуляции. Ложь как средство манипуляции. Виды психологических защит от манипуляции. Структура и функции переговоров. Переговоры в условиях</p>

		<p>конфликта, в условиях сотрудничества, в условиях «поиска союзников».</p> <p>Модели переговорного процесса (концепция торга и концепция игры). Фазы и процесс проведения политических переговоров. Национальные стили ведения переговоров. Связи с общественностью в ходе переговоров.</p>
7	Конфликтологические ресурсы в политической коммуникации.	<p>Особенности политического конфликта Этапы развития политического конфликта. Политические оппоненты. Управление конфликтами. Основные методы управления конфликтами: внутриличностные, структурные, межличностные, переговоры, ответные агрессивные действия. Пути и политические средства урегулирования политических конфликтов. Основные тактики разрешения политических конфликтов: «уход от конфликтной ситуации», «переговоры», «демонстрация усиления собственных ресурсов», «выжидание», «риск», «принуждение».</p>
8	Интернет и формирование нового типа политической коммуникации. Информационные войны.	<p>Информационные и интерактивные ресурсы. Использование Интернета для организации рекламных кампаний. Информационные серверы. Персональные сайты. Партийные сайты. Электронное голосование. Гостевые книги. Форумы. Чаты. Электронные СМИ.</p>
9	Политическая лингвистика. Риторика.	<p>Политический язык как система коммуникативных средств кодирования политической информации, стимулирования политических действий и управления ими.</p> <p>Язык как средство политической коммуникации и инструмент политической борьбы.»Политический язык» и «язык политики». Язык как объект политики. «Языковая политика».Языковые стили, используемые в политическом управлении: апеллирующий язык, юридический язык, бюрократический, язык переговоров.</p> <p>Политическая риторика как частная риторика. Речевое воздействие как основная функция выступления политика. Речевые средства установления контакта с аудиторией. Особенности аргументации в выступлениях политиков. Политик как языковая и коммуникативная личность. Речевая деятельность политика как средство самоидентификации личности и способ моделирования сообщества. Социальная и коммуникативная роль политика. Требования к эффективному публичному выступлению политического лидера. Формы речевого общения политика. Методы исследования речевого поведения политика. Смена коммуникативно-риторической традиции как изменение политической стратегии.</p>

Программа учебной дисциплины **Б1.В.06 Основы маркетинга**

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Основы маркетинга» – формирование системного представления о маркетинге как инструменте, позволяющем регулировать рыночные отношения в условиях неопределенности внешней среды в медиакоммуникациях.

Основными **задачами** курса являются:

Понимание:

- теоретических аспектов и практических приемов внедрения маркетинга;
- технологии сегментирования и позиционирования;
- методов формирования инструментов комплекса маркетинга;
- получение системного представления о концепции маркетинга;

Овладение навыками

- проведения аналитической деятельности, в том числе маркетинговых исследований;
- применения методов, которые используются в маркетинговой деятельности;
- организации, планирования и контроля маркетинга на предприятии

Развитие умений

- Применять полученные знания при решении практических задач

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина «Основы маркетинга» входит в базовую часть ОП. Для ее освоения студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изученных ранее дисциплин: «Экономика», «Введение в специальность».

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-3 способность использовать основы естественнонаучных и экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

Студент должен:

Знать:

- основные понятия и категории экономической теории;
- систему макроэкономических показателей и экономических моделей;

Уметь:

- анализировать основные макроэкономические показатели;
- анализировать закономерности деятельности субъектов экономики, основные факторы формирования спроса и предложения, типы рыночных структур, механизмы функционирования рынков факторов производства;

Владеть способами:

- базовыми методами сравнительного анализа факторов хозяйственной деятельности;
- базовыми методами сравнительного анализа факторов динамики экономического роста.

Изучение данной дисциплины является необходимой основой для освоения курсов «Маркетинговые исследования в профессиональной деятельности», «Основы брендинга».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОПК-1, ПК-15, ПК-17, ПК-24, ПК-28, ПК-30, СК-2

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет _____ 7 _____ зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4		
Контактная работа с преподавателем (всего)	108	54	54		
В том числе:					
Лекции	44	22	22		
Практические занятия (ПЗ)	64	32	32		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	108	54	54		
В том числе:					
Работа с информационными источниками	34	12	14		
Практические задачи	52	28	24		
Презентация	12	6	6		
Кейс	8	4	4		
Отчет	2		2		
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Экз.		36		
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	252	108	108		
	7	3	4		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Введение в дисциплину. Маркетинг как современная концепция управления	Маркетинг, эволюция маркетинга, функции и технология маркетинга, принципы маркетинга
2	Маркетинговая среда	Сегментирование рынка, критерии сегментирования, целевой сегмент, стратегии захвата рынков, позиционирование, карта восприятия
3	Комплекс маркетинга	Составляющие товарной политики, товар, услуга, уровни товара, товарный ассортимент, номенклатура, качество товара, классификация товаров, торговая марка, упаковка, товарная стратегия, жизненный цикл товара Цена, цели ценообразования, ценовая эластичность, факторы, влияющие на ценообразование, типы ценовой политики, способы ценообразования Каналы распределения товаров, варианты распределения товаров, принципы построения торговых сетей, посредническая деятельность, комплекс товародвижения, понятие «логистика», транспортировка товаров, складирование, организация оптовой и розничной торговли

		Каналы распределения товаров, варианты распределения товаров, принципы построения торговых сетей, посредническая деятельность, комплекс товародвижения, понятие «логистика», транспортировка товаров, складирование, организация оптовой и розничной торговли Интегрированная система маркетинговых коммуникаций, реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личные продажи, фирменный стиль, стратегии продвижения
4	Управление маркетингом	Система планирования маркетинга, ситуационный анализ, планирование целей маркетинговые стратегии; модели принятия стратегических решений в маркетинге; стратегии и планирование комплекса маркетинга; контроль, оценка и аудит маркетинга Маркетинг в рекламной деятельности

Программа учебной дисциплины

Б1.В.07 Маркетинговые исследования в профессиональной деятельности

**Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации**

1.Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Маркетинговые исследования в профессиональной деятельности» – формирование комплекса компетенций, связанных с освоением технологий планирования проведения, обработки результатов и интерпретации данных в медиакоммуникациях

Основными **задачами** курса являются:

1. **понимание** основных методов и приемов работы с маркетинговой информацией.
2. **овладение навыками** проведения маркетинговых исследований в рекламной деятельности
3. **развитие умений**, позволяющих решать практические задачи в области маркетинговых исследований применительно к рекламной деятельности

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в вариативную часть ОП.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-3 способность использовать основы естественнонаучных и экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
- ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию
- ОК-7 способностью использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности
- ОПК-6 способностью к когнитивной деятельности
- ПК-15 способностью прогнозировать результаты профессионально-педагогической

деятельности

Студент должен:

Знать:

- основные понятия и категории экономической теории;
- Описывает технологию целеполагания собственной профессиональной деятельности
- Характеризует средства осуществления самоорганизации и самообразования
- Осознает необходимость непрерывного самообразования
- знает теоретические основы базовых наук, обеспечивающих правовые знания, основы законодательно-правового регулирования различных сфер деятельности
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности
- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

Обладать умениями:

- основные понятия и категории экономической теории;
- Осуществляет поиск профессионально-значимой информации в сети Интернет и других источниках
- Использует электронные образовательные ресурсы в целях самоорганизации и саморазвития
- Разрабатывает план самообразования и самоорганизации
- Выбирает средства самообразования и самоорганизации в соответствии с поставленными целями
- способен использовать теоретический потенциал основ законодательно-нормативного регулирования при организации деятельности в различных сферах (педагогической, управленческой, исследовательской и так далее)
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности
- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования
- использовать электронные образовательные ресурсы в целях организации научно-исследовательской работы;

Владеть навыками

- Владеет основами работы с персональным компьютером
- Обладает опытом целеполагания процесса собственного профессионального развития
- Владеет основами моделирования и оценки качества собственного образовательного маршрута и профессиональной карьеры
- Владеет навыками самоанализа, самооценки и самокоррекции
- Владеет навыками анализа и синтеза профессиональной информации и опыта с целью самообразования
- способен использовать теоретический потенциал основ законодательно-нормативного регулирования при организации деятельности в различных сферах (педагогической, управленческой, исследовательской и так далее)
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности
- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

Изучение данной дисциплины является необходимой основой для освоения курсов «Основы брендинга», «Управление проектами в профессиональной деятельности» прохождения производственной практики и написания бакалаврской работы.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОПК-10, ПК-16, ПК-19, ПК-21, ПК-23, ПК-29, СК-2

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4	5		
Контактная работа с преподавателем (всего)	90	54	36		
В том числе:					
Лекции	36	22	14		
Практические занятия (ПЗ)	54	32	22		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	90	54	36		
В том числе:					
Работа с информационными источниками	32	22	10		
Практические задачи	26	16	10		
Кейс	8		8		
Презентация	14	10	4		
Проект	6	6			
Отчет	4		4		
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет)	экзамен		экзамен		
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	216	108	72		
	6	3	3		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Содержание и направления маркетинговых исследований	Маркетинговые исследования, маркетинговая информационная система,
2	Процесс маркетинговых исследований	Маркетинговая проблема, управленческая проблема, симптомы проблемы, цели исследования, методы исследования, разведочные исследования, описательные исследования (дескриптивные), каузальные исследования, эксперимент, типы экспериментов, план маркетингового исследования
3	Информация в маркетинговых исследованиях	Вторичная информация, первичная информация, источники информации, количественная информация, качественная информация, синдикативные данные, методы анализа документов, традиционный анализ (внешний анализ, внутренний анализ,

		формализованный анализ, контент-анализ
4	Методы сбора данных в маркетинговых исследованиях	Количественные исследования, качественные исследования, опрос (глубинное интервью, поверхностное интервью, фокус-группа, анкетирование), наблюдение, эксперимент, экспертные оценки, проекционные методы, панельные методы (дневниковая панель, пипл-метровая панель), методы получения данных от респондентов
5	Измерения и разработка форм для сбора данных	Измерение, порядок, расстояние, шкала, шкала наименований (номинальная), шкала порядка, интервальная шкала, шкала отношений, открытые вопросы, закрытые вопросы, альтернативные вопросы, вопросы многовариантного выбора, вопросы множественного выбора (вопросы-меню), вопросы порядкового уровня, вопросы интервального уровня (графическая шкала, шкала в виде перечня пунктов), шкала Лайкерта, семантический дифференциал, вопросник, анкета, лист наблюдений
6	Выборка	Выборка, выборочный план, генеральная совокупность, единица генеральной совокупности, выборочные методы, объем выборки
7	Сбор данных	Преднамеренная ошибка, непреднамеренная ошибка
8	Анализ данных	Редактирование данных, кодирование, преобразование данных, обработка данных, одномерные методы, многомерные методы
9	Подготовка заключительного отчета о проведенном исследовании	Отчет, презентация, виды диаграмм, источники информации, первичная информация, вторичная информация, выборка, методы исследования
10	Прикладные вопросы маркетинговых исследований	Тестирование рекламной концепции и преимуществ товара. Исследование передачи рекламного замысла, сильные и слабые стороны рекламного продукта. Тестирование эффективности рекламного продукта (методики тестирования телевизионной рекламы, методики тестирования журнальной рекламы)

Программа учебной дисциплины Б1.В.08 Основы брендинга

Рекомендуется для направления подготовки **44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)** профиль **Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Основы брендинга» - формирование системы компетенций в области разработки и управления торговой марки, организации мероприятий по ее продвижению.

Основными **задачами** курса являются:

- понимание концепции построения бренда;

- овладение навыками планирования и организации мероприятий по управлению торговой маркой,
- развитие умений по проектированию торговой марки и управлению брендовым портфелем,

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Курс «Основы брендинга» входит в вариативную часть ОП, опирается на изученные ранее дисциплины: «Экономика», «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования в профессиональной деятельности» и является базой для изучения следующих дисциплин: «Культурные архетипы в медиакommunikациях», «Фольклорно-мифологические образы в медиакommunikациях».

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-3 способность использовать основы естественнонаучных и экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
- ОК-5 способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию
- ОК-7 способностью использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности
- ОПК-6 способностью к когнитивной деятельности
- ПК-15 способностью прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

Студент должен:

Знать:

- теоретические основы организации коллективной деятельности, обоснования и формулирования целей, задач, мотивации, правовые, этические, нравственные нормы реализации педагогической и профессиональной деятельности;
- особенности осуществления коллективной деятельности в различных отраслях, сферах, основные требования как к лицам, осуществляющим координацию, управление, так и выполняющим определенные поручения и решающим поставленные задачи, методы организации взаимодействия педагога с различными субъектами педагогического процесса;
- сущностные характеристики толерантности, понятия не соотносимого с безразличием, без принуждённой терпимостью к злу, расизму, вандализму, варварству.

Уметь:

- системно анализировать практику организации педагогического и управленческого процессов в соответствии с поставленными целями и сформулированными задачами, результаты коллективного труда
- бесконфликтно общаться с различными субъектами процесса профессиональной деятельности
- участвовать в общественно-профессиональных дискуссиях с целью разрешения различных социально-экономических проблем на основе базовых нравственных ценностей

Владеть:

- опытом организации коллективного труда, способностью принимать управленческие решения и обеспечивать личную управленческую дисциплину на основе базовых нравственных ценностей
- способами взаимодействия с другими субъектами профессионального процесса на основе базовых нравственных ценностей;
- способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами в условиях поликультурной среды на основе базовых нравственных ценностей;

Дисциплина «Основы брендинга» является предшествующей для таких дисциплин, как «Деловая коммуникация», «Управление проектами в профессиональной

деятельности», «Управление проектами в медиакоммуникациях».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-2, ОК-7, ПК-18, ПК-20, ПК-24, СК-2.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6	7	
Контактная работа с преподавателем (всего)	108	36	36	36	
В том числе:					
Лекции	36	14	14	14	
Практические занятия (ПЗ)	54	22	22	22	
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	108	36	36	36	
В том числе:					
Работа с информационными источниками	44	18	16	10	
Практические задачи	40	10	12	18	
Презентация	16	8	4	4	
Кейс	8		4	4	
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет		зачет	Зачет с оценкой	
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	216	72	72	72	
	6	2	2	2	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Введение. История брендинга.	Бренд, брендинг, товарный знак, виды товарного знака, функции товарного знака, торговая марка, ребрендинг
2.	Брендинг в современных условиях	Архитектура бренда, атрибуты бренда, ценности бренда, индивидуальность бренда, бренд-нейм, фирменный стиль.
3.	Стратегический брендинг	Бренд-билдинг, модель бренда, архитектура бренда, классификация брендов, нейминг, дизайн, фирменный стиль, внешняя среда организации, внутренняя среда организации Маркетинговые стратегии, имидж, сегментирование потребителей, модель бренда, преимущества бренда, ценности бренда

		Бренд-менеджмент, преимущества бренда, позиционирование, ценности бренда, бренд-коммуникации, интегрированное продвижение, модели управления брендом, брендовый портфель, расширение бренда, углубление бренда, имидж, размывание имиджа Капитализация марки, материальные активы, нематериальные активы, оценка стоимости бренда Потребители, потребительское поведение, модель потребительского поведения, принятие решения о покупке, социальная стратификация, теория жизненного стиля, психографика, сегментирование, программы лояльности Товарный знак, торговая марка, регистрация марки, интеллектуальная собственность, авторское право, патентование, правоохранность
4	Прикладные аспекты брендинга	Бренд, имидж, позиционирование Глобальные, национальные и региональные бренды

Программа учебной дисциплины **Б1.В.09 Дидактика медиаэкономики**

Рекомендуется для направления подготовки: **44. 03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)** **Профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Дидактика медиаэкономики» – подготовка студентов к обучению основам медиаэкономики рабочих, служащих и специалистов среднего звена и формирование представления о системе СМИ как системе, действующей в рамках хозяйственных и экономических связей при специфической организации труда и в условиях особого, - нетрадиционного для обычной экономики, - ценообразования и потребления.

Основными **задачами** курса являются:

- раскрыть основы дидактики обучения медиаэкономике в системе среднего профессионального образования;
- познакомить студентов с современными программами, учебниками и учебными пособиями по медиаэкономике;
- познакомить студентов с особенностями организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении основных разделов курса медиаэкономики на основе детального изучения педагогического опыта и истории методики преподавания экономических дисциплин в России;
- формирование у студентов умений планировать работу по освоению знаний по медиаэкономике, проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;
- обучение студентов осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;
- ознакомление учащихся с основными составляющими экономики медиа,

особенностями медиарынка как специфической системы обмена, с ключевыми моделями медиаэкономики (связанными, прежде всего, со степенью коммерциализации медиаиндустрии);

- изучение основных экономических законов СМИ, специфики потребления, ключевых отличительных характеристик медиаиндустрии, особенностей медиапродукции по отношению к традиционным продуктам традиционных видов экономики;

- формирование у студентов представлений об основных функциях и ролях рекламы, видах и жанрах современной рекламы, средствах ее распространения, о специфике функционирования рекламного рынка, его экономических,

национальных и культурных особенностях;

- понимание учащимися ключевых отличий государственной экономической политики в области медиа различных стран мира, основных особенностей регулирования экономики медиа (регулирования концентрации, национальной идентичности в медиа и т. д.)

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**. Студент должен использовать знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения школьной программы, и прежде всего курсов «Экономика», «Статистика», «Введение в специальность», «Основы маркетинга», «Педагогика», «Обучение управленческой деятельности».

В результате изучения дисциплины «Дидактика медиаэкономики» студент должен:

- знать основы дидактики преподавания медиаэкономики в системе среднего профессионального образования;

- знать современные программы, учебники и учебные пособия по медиаэкономике;

- знать особенности организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении основных разделов курса медиаэкономики на основе детального изучения педагогического опыта и истории методики преподавания экономических дисциплин в России;

- знать основные экономические особенности производства медиапродукта, его спроса и предложения, базовые характеристики медиарынков, основные экономические модели медиа, законы спроса и предложения на медиарынке, базовые характеристики процессов экономического управления в медиа;

- уметь планировать работу по освоению знаний по медиаэкономике, проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;

- уметь осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;

- уметь анализировать экономические модели медиа, определять экономические модели производства отдельных медиапродуктов, на основе статистических данных прогнозировать развитие медиарынков;

- уметь анализировать ситуацию на рынке труда, действовать в соответствии с личной и общественной выгодой, владеть этикой трудовых и гражданских взаимоотношений;

- владеть навыками экономического анализа в сфере медиа: о медиарынках, аудиторииСМИ, медиапродукции, рекламных рынках и т.д.;

- владеть опытом самостоятельно искать, анализировать и отбирать необходимую информацию, организовать, преобразовывать, сохранять и передавать ее;

- владеть навыками проектирования образовательных программ.

Дисциплина «Дидактика медиаэкономики» является базовым курсом в структуре ООП. Данная дисциплина изучается параллельно с курсами «Дидактика оценки предприятия медиаиндустрии», «Маркетинговые исследования в медиакommunikациях»,

«Методика обучения и технология проектирования текстов медиакоммуникации», что позволяет рассматривать медиакоммуникации не только в сопоставлении с другими сферами экономики, но и в системе категорий и понятий менеджмента коммуникаций и дидактики профессионального обучения.

Дисциплина «Дидактика медиаэкономики» является предшествующей для таких дисциплин, как

- Брендинг в медиакоммуникациях ;
- Государственное регулирование в медиакоммуникациях;
- Основы взаимодействия с медиа;
- Основы взаимодействия с рекламодателями;
- Финансовый анализ, бухгалтер и аудит в профессиональной деятельности;
- Управление финансами в профессиональной деятельности;
- Управление проектами в медиакоммуникациях;
- Управление проектами в профессиональной деятельности;
- Дидактика управления стратегическим развитием предприятия в медиаиндустрии;
- Методика обучения проектной деятельности;
- Методика обучения управленческой деятельности;

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности технологическая;

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности педагогическая;

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности преддипломная.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-3; ПК -22; ПК - 26

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		5	
Контактная работа с преподавателем (всего)	54	54	
В том числе:			
Лекции	22	22	
Практические занятия (ПЗ)	32	32	
Семинары (С)			
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа (всего)	54	54	
В том числе:			
Решение практических задач	10	10	
Составление глоссария	6	6	
Работа с информационными источниками	10	10	
Анализ и интерпретация результатов	8	8	
Выступление на занятии	10	10	
Участие в дискуссии	10	10	

Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет	
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	108	108	
	3	3	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Методологические проблемы дидактики медиаэкономики в системе среднего профессионального образования (медиакоммуникации).	Место и роль дидактики в системе среднего профессионального образования: предмет, цель, задачи преподавания. Принципы и подходы к преподаванию медиаэкономики: Компетентностный подход к процессу обучения медиаэкономике в среднем профессиональном образовании.. Федеральные государственные образовательные стандарты. История преподавания экономики и медиаэкономики, в частности..
2	Средства обучения медиаэкономике.	Средства обучения. Проектирование достижения результатов обучения в процессе разработки образовательных программ. Разработка учебно-методического сопровождения.
3	Содержание и структура курса «Медиаэкономика»	Особенности содержания и структуры курса «Медиаэкономика», связь с другими науками. Общая структура и содержание модулей рабочей программы «Медиаэкономика»: <ul style="list-style-type: none"> • Понятие «Медиаэкономика». Ключевые понятия медиаэкономики. • Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг). • Типы рыночных структур в медиаиндустрии. • Экономические особенности различных медиа в медиаиндустрии • Рыночные стратегии предприятий СМИ • Ценовая политика: особенности формирования • Медиаконвергенция. Стратегии бизнес-развития в условиях медиаконвергентного рынка. Задачи изучения каждого модуля. Понятийный компонент программы. Инструментальные знания. Учебники по медиаэкономике-
4	Методы обучения медиаэкономике	Классификация методов обучения. Принципы интерак-тивного обучения. Формы и методы интерактивного обучения: дискуссионные;

		игровые; тренинговые. Интерактивные технологии обучения. Педагогическая эффективность интерактивного обучения. Проблемно-ориентированные технологии. Интерактивные методы обучения: принципы, формы, педагогическая эффективность
5	Методы диагностики образовательного результата.	Таксономия учебных целей, ранжированных по уровням и видам деятельности, соответствующим этим уровням. Знание. Понимание экономических концепций и принципов. Применение экономических принципов к новым ситуациям. Интерпретация экономических процессов и явлений. Выбор метода оценки знаний. Характеристики метода оценки знаний. Виды тестов и основные правила их составления
6	Виды и значение самостоятельной работы обучающихся в процессе обучения медиаэкономике	Методы организации самостоятельной работы и развитие творческих способностей учащихся. Необходимость дифференцированного подхода к обучению медиаэкономике с помощью различных организационных форм обучения, способствующих развитию творческой познавательной активности учащихся, а также форм внеаудиторной работы (олимпиады, организация конкурсов, выпуск корпоративного (электронного) издания.) повышающих интерес к занятиям по медиаэкономике. Задачи кафедры в разработке адекватной учебно-методической базы, формирование вертикальной структуры преподавания, развитии научной деятельности.
7	Организационные формы обучения.	Современные формы обучения. Направления конвергенции форм и методов обучения. Группы приемов формирования и поддержания учебной мотивации на занятии по медиаэкономике. Интеллектуальные, социальные, эмоциональные группы приемов, приемы внешней организации.

Программа учебной дисциплины

Б1.В.ОД.10 Государственное регулирование в медиакоммуникациях

Рекомендуется для направления подготовки:

44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1.Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины: формирование системного представления о содержании и

механизмах государственного регулирования отрасли медиакоммуникаций.

Основными **задачами** курса являются:

1. Дать представление об основных нормативно-правовых актах, при помощи которых осуществляется государственное регулирование медиакоммуникаций.
2. Сформировать представление о комплексном характере правового регулирования сферы медиакоммуникаций;
3. Определить место медиакоммуникаций в сфере предпринимательской деятельности.
4. Научить применять нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности.
5. Овладеть навыками в определении степени ответственности за принятые обязательства в профессиональной деятельности.
6. Развитие умений и навыков в применении нормативно-правовых актов в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть образовательной программы**. Для ее освоения студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изученных ранее дисциплин: «Обучение управленческой деятельности», «Экономика», «Введение в специальность».

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-3 способность использовать основы естественнонаучных и экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
- ОК-5 способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию
- ОК-7 способностью использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности
- ОПК-6 способностью к когнитивной деятельности
- ПК-15 способностью прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

Студент должен:

Знать:

- теоретические основы организации коллективной деятельности, обоснования и формулирования целей, задач, мотивации, правовые, этические, нравственные нормы реализации педагогической и профессиональной деятельности;
- особенности осуществления коллективной деятельности в различных отраслях, сферах, основные требования как к лицам, осуществляющим координацию, управление, так и выполняющим определенные поручения и решающим поставленные задачи, методы организации взаимодействия педагога с различными субъектами педагогического процесса;
- сущностные характеристики толерантности, понятия не соотносимого с безразличием, без принуждённой терпимостью к злу, расизму, вандализму, варварству.

Уметь:

- системно анализировать практику организации педагогического и управленческого процессов в соответствии с поставленными целями и сформулированными задачами, результаты коллективного труда
- бесконфликтно общаться с различными субъектами процесса профессиональной деятельности
- участвовать в общественно-профессиональных дискуссиях с целью разрешения различных социально-экономических проблем на основе базовых нравственных ценностей

Владеть:

- опытом организации коллективного труда, способностью принимать управленческие решения и обеспечивать личную управленческую дисциплину на основе базовых

нравственных ценностей

-способами взаимодействия с другими субъектами профессионального процесса на основе базовых нравственных ценностей;

- способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами в условиях поликультурной среды на основе базовых нравственных ценностей;

Дисциплина «Основы брендинга» является предшествующей для таких дисциплин, как «Деловая коммуникация», «Управление проектами в профессиональной деятельности», «Управление проектами в медиакоммуникациях».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-3, ОК-7, ПК-23, ПК-26

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Контактная работа с преподавателем (всего)	54	54			
В том числе:					
Лекции	22	22			
Практические занятия (ПЗ)	32	32			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	54	54			
В том числе:					
Работа с информационными источниками	40	40			
Решение практических задач	10	10			
Презентация	2	2			
Кейс	2	2			
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	экзамен	36			
Общая зачетных единиц	144	144			
	4	4			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Государственные механизмы регулирования рекламы и СО.	Понятие «государственное регулирование». Историческая справка о возникновении госрегулирования в сфере рекламы. Механизм государственного регулирования: состав, цели, методы.
2	Рекламное право.	Понятие рекламного права. Предмет рекламного права. Функции рекламного права. Комплексный

		характер рекламного права.
3	Реклама как разновидность информации.	Понятие и признаки рекламы как разновидности информации. Классификация рекламной информации.
4	Источники правового регулирования рекламной деятельности в РФ.	Цели и задачи рекламного законодательства в РФ. Основные принципы. Система источников правового регулирования в РФ.
5	Международные документы, регламентирующие рекламную деятельность.	Международный кодекс рекламной практики. Европейская конвенция о трансграничном телевидении.
6	Общие положения «Закона о рекламе» РФ.	Цели и область применения закон. Общие и специальные требования к рекламе.
7.	Специальные требования к отдельным видам рекламы и особенности отдельных способов распространения рекламы.	Социальная реклама. Спонсорская реклама. Использование образов несовершеннолетних в рекламе. Политическая реклама. Иные требования. Теле-радио реклама. Наружная реклама. Печатные издания. Реклама на транспорте.
8	Права и обязанности субъектов рекламной деятельности	Понятие рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя. Понятие спонсора.
9.	Саморегулирование в рекламе.	Понятие и значение саморегулирования. Саморегулирующие организации. Права и обязанности.
10.	Государственный надзор и контроль за рекламной деятельностью в РФ.	Государственные органы, осуществляющие контроль и надзор за рекламой. Полномочия ФАС. Проведение проверок. Налоговое регулирование. Обращения в суд. Органы местного самоуправления.
11.	Авторское и смежное право в рекламе.	1 Часть Гражданского кодекса РФ. Понятие авторского права и смежных прав. Их применение в рекламе и СО.
12.	Юридическая ответственность.	Понятие и виды юридической ответственности. Административная ответственность. Гражданская ответственность. Уголовная ответственность. Меры ответственности.

Программа учебной дисциплины
Б1.В.11 Методика обучения технологии проектирования
текстов медиакоммуникации

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Методика обучения технологии проектирования текстов медиакоммуникации» – формирование профессиональных приемов и навыков редакторской работы.

Основными **задачами** курса являются:

- понимание основных методов, способов и средств получения и переработки информации; приемов работы с информацией; специфики рекламных обращений в зависимости от канала распространения;
- развитие умений распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее; формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; осуществлять комплексный подход к решению задач, самостоятельно формулировать проблему и предлагать обоснованный алгоритм ее решения, использовать в своей работе основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации, аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения;
- овладение навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей; навыками обработки информации, анализа и проведения аналогий; основными методами логической обработки информации; навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразие.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать проявлениями следующих компетенций, находящихся на начальном этапе формирования:

- ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию
- ОПК-3 способность осуществлять письменную и устную коммуникацию на государственном языке и осознавать необходимость знания второго языка
- ОПК-4 способность осуществлять подготовку и редактирование текстов, отражающих вопросы профессионально-педагогической деятельности

Студент должен:

- знать требования оформления текстов, отражающих вопросы профессионально-педагогической деятельности;
- обладать умениями редактировать тексты, отражающие вопросы профессионально-педагогической деятельности по направлению «Профессиональное обучение (медиакоммуникации)»;
- владеть анализом работы по подготовке и редактированию текстов, отражающих вопросы профессионально-педагогической деятельности.

Дисциплина «Методика обучения технологии проектирования текстов медиакоммуникации» является предшествующей для таких дисциплин, как «Модели анализа текстов медиакоммуникации», «Методика обучения технологии проектирования рекламного продукта», «Спецсеминар по рекламным коммуникациям», «Спецсеминар по PR-коммуникациям», «Производственная практика».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОПК-10, ПК-13, ПК-19, ПК-27, ПК-30.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4	5	
Контактная работа с преподавателем (всего)	162	54	72	36	
В том числе:					
Лекции	58	22	22	14	
Практические занятия (ПЗ)	104	32	50	22	
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	162	54	72	36	
В том числе:					
Работа с информационными источниками		12	8		
Подготовка к контрольным работам		10	10		
Подготовка реферата		8	5		
Подготовка конспекта		2	5		
Подготовка доклада		4	9		
Выполнение практических задач		18	15	16	
Работа над проектом				20	
Написание курсовой работы			20		
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет с оценкой	зачет с оценкой	курс. раб.	зачет с оценкой	
Общая трудоемкость часов	324	108	144	72	
зачетных единиц	9	3	4	2	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Классификация рекламных обращений	Средства рекламы, носители рекламного обращения, каналы распространения рекламы, формы рекламной коммуникации, виды, жанры рекламы
2.	Реклама в печатных изданиях	Целевое назначение, читательский адрес; жанровое своеобразие и специфика рекламной литературы: информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры. Объявление, заметка, «житейская история», консультация, аннотация, анонс, реферат, рецензия, статья, обзор, очерк
3.	Редактор и автор рекламного текста	Речевая ситуация: целеполагание, коммуникативное намерение, целевое назначение, читательский адрес, адресат, адресная аудитория, эффективная коммуникация
4.	Критерии оценки рекламного текста	Нормативные, коммуникативные, этические аспекты письменной речи; функциональные стили современного русского языка: научный, официально-деловой, публицистический – и их взаимодействие; качества речи: правильность, точность, логичность, богатство, выразительность, уместность, чистота
5.	Редакторский анализ рекламных	Рекламный текст, законы классической (формальной)

	текстов	логики, композиция, жанр, оформление, язык и стиль рекламных обращений; логичность, доказательность, точность и языковая грамотность рекламного текста
6.	Неэффективная реклама. Работа над ошибками	Ошибки оформления, неэффективная иллюстрация, ошибки композиции, перегруженность макета, нарушение принципа серийности, логические недочеты, нарушение логических норм; принципы эффективной рекламы
7.	PR-текст: сущностные характеристики	Нормативные, коммуникативные, этические аспекты письменной речи; функциональные стили современного русского языка: научный, официально-деловой, публицистический – и их взаимодействие; качества речи: правильность, точность, логичность, богатство, выразительность, уместность, чистота. Информация, социальная информация, PR-информация, текст, категории текста, PR-текст, скрытый (мнимый) тип авторства, публичность
8.	Правка и редактирование PR-текстов	Базисные (первичные и медиатексты) и смежные PR-тексты; простые и комбинированные PR-тексты; оперативно-новостные, исследовательско-новостные, фактологические, образно-новостные жанры PR-текста. Пресс-релиз, приглашение; бэкграундер; факт-лист, биография (некролог); байлайнер, поздравление. Пресс-кит, буклет, проспект; имиджевая статья, имиджевое интервью; резюме
9.	Технология создания текстов медиакommunikации	Методы обучения созданию рекламного и PR-текста; технология проектного изучения (метод проектов); этапы создания рекламного сообщения; принципы разработки рекламного и PR-текста; способы поиска идеи в рекламе; структура рекламного текста; ключевые элементы РТ; функции заголовка; типы заголовка; требования к заголовку; оценка композиции рекламного и PR-текста; оценка смысловой цельности, речевой связности рекламного и PR-текста, последовательности изложения информации в тексте, точности выражения мысли; стилистическая характеристика рекламного и PR-текста

Программа учебной дисциплины
Б1.В.12 Методика обучения технологии
проектирования рекламного продукта

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакommunikации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Методика обучения технологии проектирования рекламного продукта» – знакомство студентов с базовыми технологиями производства рекламной продукции и методикой обучения технологии проектирования рекламного продукта.

Основными *задачами* курса являются:

Понимание:

– теоретических аспектов и практических приемов технологии проектирования рекламного продукта;

- методов и приемов обучения проектированию рекламного продукта
Овладение навыками
- разработки рекламных продуктов
Развитие умений
- Применять полученные знания при решении практических задач

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина «Методика обучения технологии проектирования рекламного продукта» входит в вариативную часть ОП. Для ее освоения студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изученных ранее дисциплин: «Обучение работе с графическими редакторами», «Введение в специальность».

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-3 способность использовать основы естественнонаучных и экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

Студент должен:

Знать:

- основные понятия и категории экономической теории;
- систему макроэкономических показателей и экономических моделей;

Уметь:

- анализировать основные макроэкономические показатели;
- анализировать закономерности деятельности субъектов экономики, основные факторы формирования спроса и предложения, типы рыночных структур, механизмы функционирования рынков факторов производства;

Владеть способами:

- базовыми методами сравнительного анализа факторов хозяйственной деятельности;
- базовыми методами сравнительного анализа факторов динамики экономического роста.

Изучение данной дисциплины является необходимой основой для преддипломной практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-7 ОПК-8 ПК-27 ПК-29 ПК-30

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет ____ 10 ____ зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6	7	8	
Контактная работа с преподавателем (всего)	162	54	72	36	
В том числе:					
Лекции	58	22	22	14	
Практические занятия (ПЗ)	104	32	50	22	
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	162	54	72	36	
В том числе:					
Работа с информационными источниками	32	12	14	6	
Практические задачи	50	20	20	10	

Презентация	18	6	6	6	
Проект	62	16	32	14	
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Экз. Зачет		экзамен	зачет	
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	360	108	180	72	
	10	3	5	2	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Рекламное обращение: виды, формы содержание, структура, композиция, творческое воплощение и художественное оформление	Рекламный продукт и его виды: Понятие рекламного продукта, виды рекламного продукта Концепция рекламной и коммуникационной компании Концепция и платформа бренда Медиастратегия Рекламное обращение: виды, формы содержание, структура, композиция, творческое воплощение и художественное оформление Рекламный образ
2	Учет среды рекламы при разработке рекламного продукта	Рекламная среда. Учет среды рекламы при разработке рекламного продукта
3	Язык рекламы. Семиотика рекламы	Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе; выразительные средства речи; речевое воздействие, Рекламный текст и рекламный слоган, цели и задачи, правила создания Семантическая структура рекламного текста (рекламное сообщение, рекламное обращение, рекламное послание) Семиотика рекламы. Информационная природа знака. Передача информации. Понятие кода. Понятие поликодового текста. Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы Визуально-графические компоненты (шрифты, цвет, иллюстрации, макетирование). Параграфемные элементы.
4	Организация разработки рекламного продукта, составление технической документации - брифа и ре-брифа	Организация разработки рекламного продукта, составление технической документации - брифа и ре-брифа Разработка рекламного продукта. Проектирование рекламной кампании, создание концепции рекламного обращения. Копирайтинг. Креатив в реклам Разработка технической документации: Стратегический бриф. Креативный бриф. Медийный бриф
5	Художественный и компьютерный дизайн в рекламе	еХудожественный и компьютерный дизайн в рекламе Работа с компьютерным видео Компьютерные презентации Компьютерная разработка деловой графики (фирменный стиль)
6	Теория и практика фоторекламы	Фототехнологии в рекламе Композиция фотоизображения Изобразительные средства фотографии
7	Режиссура рекламы. Основы операторского искусства и сценарного мастерства. Технологии производства рекламной продукции	Реклама в прессе Журнальная реклама Рекламный модуль Иллюстрирование рекламы Технологии производства наружной рекламы Особенности макетирования и привязки к месту установки Реклама на движущихся носителях Световые, проекционные и динамичные рекламные установки Материалы для производства наружной рекламы

		Оборудование для производства наружной рекламы Web-документы Основные сервисы Интернет Технологии анонсирования рекламы в Интернет Основные принципы и технологии размещения рекламы в Интернет
8	Методика обучения технологии проектирования рекламного продукта	Методы и приемы обучения проектированию печатной рекламы Методы и приемы обучения проектированию радиорекламы Методы и приемы обучения проектированию мультимедийной рекламы

Программа учебной дисциплины Б1.В.13 Основы взаимодействия с медиа

Рекомендуется для направления подготовки: **44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)** **профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Основы взаимодействия с медиа» – формирование навыков работы со СМИ как важнейшей группой внешней общественности; компетенций в области медиалейшнз.

Основными **задачами** курса являются:

- Понимание основных принципов взаимодействия со СМИ: направлениях и целях этой коммуникативной деятельности.
- Понимание основных этических принципов взаимодействия организации со СМИ и основных документов, регулирующих данные коммуникативные отношения.
- Развитие умений определять формы и инструменты информационно-коммуникационного взаимодействия PR-субъекта и СМИ, формы и направления деятельности корпоративных СМИ.
- Овладение навыками решения практических задач во взаимодействии со СМИ в ходе деятельности с внутренней и внешней общественностью.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-7 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности

ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-5 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию

Студент должен:

знать:

- закономерности, принципы, методы и правовые основы организации и управления профессиональной деятельностью;

- виды юридической ответственности в сфере осуществления профессиональной деятельности.

- особенности устной и письменной речи русского языка в сфере личностной коммуникации;

- особенности стиля русских текстов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы;
- основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения.

обладать умениями:

- организовать профессиональную деятельность;
- определить степень ответственности за принятые решения
- построить диалог на русском языке в соответствии с заданными коммуникативными задачами

владеть способами:

- методами организации профессиональной деятельности;
- методами регулирования правовых отношений;
- правовой информацией по организации и управлению профессиональной деятельности.
- навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов
- навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей

Дисциплина «**Основы взаимодействия с медиа**» является курсом, вводящим в реальную профессиональную деятельность, что и определило ее место в структуре ООП. Данная дисциплина читается непосредственно перед преддипломной практикой, завершающей профессиональную подготовку выпускника бакалавриата, что позволяет рассматривать данный курс как важный профессионально ориентированный и профессионально значимый этап формирования общей компетентностной подготовки выпускника бакалавриата по профилю «Медиакоммуникации»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОПК-7, ПК-19, СК-2

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		8			
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36			
В том числе:					
Лекции	14	14			
Практические занятия (ПЗ)	22	22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	36	36			
В том числе:					
Проект	4	4			
Работа с информационными источниками	12	12			
Анализ и интерпретация результатов	12	12			
Деловая игра	6	6			
Подготовка к дискуссии на профессиональную тему	2	2			
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет			
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	72	72			
	2	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Основы массовой коммуникации	Информационные теории и технологии МК. Важнейшие социально-психологические функции СМИ в обществе. Система СМИ в России и мире.
2.	Пресс-служба, структура, функции	Пресс-служба в структуре публичных отношений. Назначение пресс-службы, пресс-секретаря, его функции, этика в работе пресс-секретаря. Сфера деятельности российских публичных отношений и пресс-служб
3.	Законодательная база пресс-служб разных типов организаций	Федеральные законы о деятельности пресс-служб, подзаконные акты, регулирующие деятельность пресс-служб, положения о пресс-службе местных государственных и муниципальных органов власти.
4.	Пресс-служба в разных типах организаций	Пресс-служба Президента РФ, пресс-службы в государственных и коммерческих организациях.
5	Взаимодействие пресс-службы со СМИ	Виды взаимодействия государственных пресс-служб со СМИ. Правила информационного общения работников пресс-служб со СМИ. Специфика проведения коммуникативных мероприятий с журналистами. Формы приглашения журналистов и общения с ними на информационных мероприятиях. Аккредитация журналистов. Материалы для прессы: оперативно-новостные жанры, исследовательско-новостные, фактологические листы, исследовательские жанры, образно-новостные жанры, комбинированные тексты.

Программа учебной дисциплины

Б1.В.14 Основы взаимодействия с рекламодателями

Рекомендуется для направления подготовки:

44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) **профиль Медиакоммуникации**

1. Цель дисциплины «Основы взаимодействия с рекламодателями» – формирование навыков работы с рекламодателями как важнейшей группой внешней общественности; компетенций в области медиарелейшнз.

Основными **задачами** курса являются:

- Понимание основных принципов взаимодействия с рекламодателями: направлений и целей этой коммуникативной деятельности.
- Понимание основных этических принципов взаимодействия организации с рекламодателями и основных документов, регулирующих данные коммуникативные отношения.
- Развитие умений определять формы и инструменты информационно-коммуникационного взаимодействия с рекламодателями, формы и направления деятельности.
- Овладение навыками решения практических задач во взаимодействии с рекламодателями в ходе деятельности с внутренней и внешней общественностью.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП.**

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-7 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности

ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-5 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию

Студент должен:

знать:

- закономерности, принципы, методы и правовые основы организации и управления профессиональной деятельностью;

- виды юридической ответственности в сфере осуществления профессиональной деятельности.

- особенности устной и письменной речи русского языка в сфере личностной коммуникации;

- особенности стиля русских текстов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы;

- основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения.

обладать умениями:

- организовать профессиональную деятельность;

- определить степень ответственности за принятые решения

- построить диалог на русском языке в соответствии с заданными коммуникативными задачами

владеть способами:

- методами организации профессиональной деятельности;

- методами регулирования правовых отношений;

- правовой информацией по организации и управлению профессиональной деятельности.

- навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов

- навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей

Дисциплина «**Основы взаимодействия с рекламодателями**» является курсом, вводящим в реальную профессиональную деятельность, что и определило ее место в структуре ООП. Данная дисциплина является предшествующим для таких дисциплин: «Дидактика межаэкономике», «Методика обучения технологии проектирования рекламного продукта», «Методика обучения технологии проектирования текстов медиакommunikации».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-9, ОПК-7, ПК-19, СК-2

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36			
В том числе:					
Лекции	14	14			

Практические занятия (ПЗ)	22	22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	36	36			
В том числе:					
Проект	4	4			
Работа с информационными источниками	12	12			
Анализ и интерпретация результатов	12	12			
Деловая игра	6	6			
Подготовка к дискуссии на профессиональную тему	2	2			
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет			
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	72	72			
	2	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Основы взаимодействия с рекламодателями	Информационные теории и технологии МК. Важнейшие принципы взаимодействия с рекламодателями.
2.	Правила ведения переговоров	Организация переговоров. Умение слушать. Работа с возражениями. Правила ведения дискуссии.
3.	Законодательная база	Федеральные законы, региональные документы, регламентирующие взаимодействия медиаструктур с рекламодателями
4.	Рекламодатели разных типов организаций	Государственные и коммерческие, общественные организации.
5	Документация, обеспечивающая взаимодействие с рекламодателями	Виды документов, структура документов, правила составления, согласования и утверждения документов

Программа учебной дисциплины Б1.В.15 Модели анализа текстов медиакommunikаций

Рекомендуется для направления подготовки: **44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)** **профиль Медиакommunikации**

1.Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Модели анализа рекламного текста» – формирование навыков анализа, редактирования и создания рекламного текста с точки зрения существующих в практике моделей.

Основными **задачами** курса являются:

- понимание отличий рекламного текста от других коммуникативных единиц; специфики рекламных обращений в зависимости от канала распространения формальные

признаки рекламного текста, структурно-семантических компонентов рекламного текста, коммуникативных возможностей структурных единиц рекламного текста и понимание механизма их воздействия, методики анализа и редактирования рекламного текста с учетом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов, дополненную определением жанровой природы конкретного текста;

- овладение навыками аргументированного анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, навыками описания вербальных и невербальных компонентов рекламных текстов, относящихся к разным коммуникативным структурным типам; анализа готовых рекламных текстов, редактирования их в соответствии с заданными требованиями (для иной целевой аудитории, иного носителя и т.д.), навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей; навыками оценки рекламного текста

- развитие умений создания элементов рекламного текста в соответствии с поставленными задачами, использования средств воздействия на потребителя в рекламном тексте; умения оценивать рекламный текст с точки зрения целесообразного/нецелесообразного, отвечающего или не отвечающего культурным представлениям целевой аудитории.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП.**

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-3 способность использовать основы естественнонаучных и экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
- ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию
- ОК-7 способностью использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности
- ОПК-6 способностью к когнитивной деятельности
- ПК-15 способностью прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

Студент должен:

Знать:

- основные понятия и категории экономической теории;
- Описывает технологию целеполагания собственной профессиональной деятельности
- Характеризует средства осуществления самоорганизации и самообразования
- Осознает необходимость непрерывного самообразования
- знает теоретические основы базовых наук, обеспечивающих правовые знания, основы законодательно-правового регулирования различных сфер деятельности
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности
- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

Обладать умениями:

- основные понятия и категории экономической теории;
- Осуществляет поиск профессионально-значимой информации в сети Интернет и других источниках
- Использует электронные образовательные ресурсы в целях самоорганизации и саморазвития
- Разрабатывает план самообразования и самоорганизации
- Выбирает средства самообразования и самоорганизации в соответствии с поставленными целями

- способен использовать теоретический потенциал основ законодательно-нормативного регулирования при организации деятельности в различных сферах (педагогической, управленческой, исследовательской и так далее)

- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности

- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

- использовать электронные образовательные ресурсы в целях организации научно-исследовательской работы;

Владеть навыками

- Владеет основами работы с персональным компьютером

- Обладает опытом целеполагания процесса собственного профессионального развития

- Владеет основами моделирования и оценки качества собственного образовательного маршрута и профессиональной карьеры

- Владеет навыками самоанализа, самооценки и самокоррекции

- Владеет навыками анализа и синтеза профессиональной информации и опыта с целью самообразования

- способен использовать теоретический потенциал основ законодательно-нормативного регулирования при организации деятельности в различных сферах (педагогической, управленческой, исследовательской и так далее)

- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности

- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

Дисциплина «Модели анализа текстов медиакоммуникация» является предшествующей для таких дисциплин, как «Технологии речевого манипулирования в медиакоммуникациях», «Речевое воздействие в медиакоммуникациях».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-6, ОПК-6, ПК-20.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		4	
Контактная работа с преподавателем (всего)	54	54	
В том числе:			
Лекции	22	22	
Практические занятия (ПЗ)	32	32	
Семинары (С)			
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа (всего)	54	54	
В том числе:			
Работа с информационными источниками	28	28	
Практические задачи	18	18	
Конспект	6	6	

Презентация	2	2	
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)			
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	108	108	
	3	3	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Введение. Основные признаки и свойства рекламного текста	Реклама. Задачи рекламы. Функции рекламного текста. Рекламная коммуникация. Коммуникативная ситуация. Модель рекламной коммуникации. Адресат, адресант рекламного текста. Содержательная структура рекламного текста: рекламное сообщение, рекламное обращение, рекламное послание. Свойства рекламного текста: императивность, эгоцентризм, поликодовость, сжатость (компрессия), УТП и рекламный миф. Каналы внедрения рекламного обращения. Коммуникативные типы рекламного текста: вербальный, аудиовербальный, вербально-визуальный, мультимедийный
2	Формальные признаки рекламного текста	Презентация рекламного текста. Бренд, компоненты бренда (вербальные: имя, слоган; визуальные приемы идентификации: логотип, товарный знак, торговая марка, фирменный стиль), рекламные реквизиты. Маркетинговые параметры слогана (УТП, товарная категория, торговая марка, целевая аудитория). Рекламная среда. Продактплейсмент.
3	Основные подходы к анализу рекламного текста	Норма. Литературная норма. Языковые и коммуникативные нормы.
4	Семантический подход	Психолингвистические методики анализа текста. Семантика слова. Языковая игра. Способы создания языковой игры. Прямое и переносное значение слова. Виды переноса значения: метафорический и метонимический. Метафора. Ассоциации. Ассоциативное поле слова. Синестезия. Художественные параметры рекламного текста. Функции средств выразительности в рекламном тексте.
5	Структурный подход	Вербальный и невербальный компоненты РТ. Структура рекламного текста. Заголовочный комплекс: заголовок, подзаголовок, лид, рубрика. Коммуникативные стратегии в заголовке. Морфологические, синтаксические, стилистические

		особенности заголовка. Основной рекламный текст. Стратегии ОРТ. Аргументация. Виды аргументов: сильные и слабые, объективные и субъективные. Способы аргументации. Эхо-фраза.
6	Жанровые модели рекламного текста	Каталог. Прейскурант. Афиша. Анонс. Листовка. Публицистические жанры, используемые в рекламных целях: информационные жанры, аналитические, художественно-публицистические. Житейская история. Консультация специалиста. Инструкция. Информационные жанры: рекламный отчет, рекламный репортаж, публикации «Вопрос – ответ». Аналитические жанры: интервью, обзор, рецензия. Художественно-публицистические жанры: зарисовка, очерк.
7	Семиотический подход к анализу рекламного текста	Поликодовость рекламного текста. Семиотические коды. Соотношение вербального, визуального и звукового компонентов в рекламном тексте. Функции вербального, визуального и звукового компонентов. Изобразительные метафоры. Визуально-графические компоненты. Приемы графической трансформации слова. Изображение как самостоятельный смысловой компонент. Рекламный образ.

Программа учебной дисциплины

Б1.В.16 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту

Рекомендуется для направления подготовки:

44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту»

Цель дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» - обеспечение физической подготовленности обучающихся, в том числе профессионально-прикладного характера, и уровня физической подготовленности для выполнения ими нормативов физической подготовленности с целью сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Основными **задачами** курса являются:

- 1) понимание социальной роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
- 2) формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;

- 3) овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- 4) развитие общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студента к будущей профессии; приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

2. Место дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» в структуре образовательной программы (ОП)

Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» включена в вариативную часть Блока 1 в объеме обязательных 328 академических часов, без начисления зачетных единиц.

Для успешного изучения дисциплины студент должен:

- 1) уметь использовать разнообразные формы и виды физкультурной деятельности для организации здорового образа жизни, активного отдыха и досуга;
- 2) владеть современными технологиями укрепления и сохранения здоровья, поддержания работоспособности, профилактики предупреждения заболеваний, связанных с учебной и производственной деятельностью;
- 3) владеть основными способами самоконтроля индивидуальных показателей здоровья, умственной и физической работоспособности, физического развития и физических качеств;
- 4) владеть физическими упражнениями разной функциональной направленности, использовать их в режиме учебной и производственной деятельности с целью профилактики переутомления и сохранения высокой работоспособности;
- 5) владеть техническими приемами и двигательными действиями базовых видов спорта, активно применять их в игровой и соревновательной деятельности.

Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» является предшествующей для таких дисциплин как «История», «Возрастная анатомия, физиология, гигиена», «Педагогика», «Физическая культура и спорт».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-8, ПК-28

4. Объем дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» и виды учебной работы

Общий объем дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» составляет 328 часов, без начисления зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры					
		1	2	3	4	5	6
Контактная работа с преподавателем (всего)	328	54	54	54	54	54	58
В том числе:							
Практические занятия (ПЗ)	328	54	54	54	54	54	58
Самостоятельная работа (всего)							
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		зачет	зачет	зачет	зачет	зачет	зачет
Общая трудоемкость часов	328	54	54	54	54	54	58

5. Содержание дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту»

5.1. Содержание разделов дисциплины

При освоении дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» студенты выбирают разделы на каждый семестр.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Легкая атлетика	Изучение и совершенствование техники выполнения прыжков в длину. Изучение и совершенствование техники выполнения бега на короткие дистанции. Изучение и совершенствование техники выполнения бега на средние дистанции. Изучение и совершенствование техники выполнения бега на длинные дистанции. Изучение и совершенствование техники эстафетного бега. Кроссовый бег.
2	Спортивные и подвижные игры	Правила волейбола. Обучение и совершенствование основных технических элементов волейбола. Правила футбола. Обучение и совершенствование основных технических элементов футбола. Правила баскетбола. Обучение и совершенствование основных технических элементов баскетбола. Организация и проведение подвижных игр и эстафет.
3	Общая физическая подготовка с гимнастикой	Комплексы физических упражнений для развития силовых способностей основных мышечных групп с использованием отягощений, и специальных тренажеров. Комплексы гимнастических упражнений для развития ловкости, гибкости, специальных силовых способностей. Круговая тренировка для развития для развития основных физических качеств.
4	Лыжная подготовка	Изучение и совершенствование основных классических лыжных ходов (попеременные и одновременные) и техники поворотов на лыжах. Изучение и совершенствование основ горнолыжной техники (спуски, подъемы, торможения). Преодоление дистанции на лыжах.

Программа учебной дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 Финансовый анализ, бухгалтер и аудит в профессиональной деятельности

Рекомендуется для направления подготовки: 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) профиль Медиакоммуникации

1.Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Финансовый анализ, бухгалтер и аудит в профессиональной деятельности» - формирование у студентов системного представления об учетно-аналитической и аудиторской деятельности как инструментах, позволяющих формировать полную и достоверную информацию для обоснования эффективных управленческих решений в процессе финансово-хозяйственной деятельности.

Основными **задачами** курса являются:

Понимание:

- теоретических и методических основ организации и ведения бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации и формирования ее бухгалтерской (финансовой) отчетности;

Овладение навыками:

- применения основных методик экономического анализа и аудита финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации;
- воспитания чувства ответственности за соблюдение требований законодательства в процессе будущей профессиональной деятельности и стремления к постоянному совершенствованию своих финансово-экономических знаний и навыков;

Развитие умений:

- применять полученные знания при решении практических задач.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в дисциплины по выбору.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-3 способность использовать основы естественнонаучных и экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
- ОК-5 способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию
- ОК-7 способностью использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности
- ОПК-6 способностью к когнитивной деятельности
- ПК-15 способностью прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

Студент должен:

Знать:

- теоретические основы организации коллективной деятельности, обоснования и формулирования целей, задач, мотивации, правовые, этические, нравственные нормы реализации педагогической и профессиональной деятельности;
- особенности осуществления коллективной деятельности в различных отраслях, сферах, основные требования как к лицам, осуществляющим координацию, управление, так и выполняющим определенные поручения и решающим поставленные задачи, методы организации взаимодействия педагога с различными субъектами педагогического процесса;
- сущностные характеристики толерантности, понятия не соотносимого с безразличием, без принуждённой терпимостью к злу, расизму, вандализму, варварству.

Уметь:

- системно анализировать практику организации педагогического и управленческого процессов в соответствии с поставленными целями и сформулированными задачами, результаты коллективного труда
- бесконфликтно общаться с различными субъектами процесса профессиональной деятельности
- участвовать в общественно-профессиональных дискуссиях с целью разрешения различных социально-экономических проблем на основе базовых нравственных ценностей

Владеть:

- опытом организации коллективного труда, способностью принимать управленческие решения и обеспечивать личную управленческую дисциплину на основе базовых нравственных ценностей
- способами взаимодействия с другими субъектами профессионального процесса на основе базовых нравственных ценностей;
- способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами в условиях поликультурной среды на основе базовых нравственных ценностей;

Изучение данной дисциплины является необходимой основой для успешного прохождения студентами преддипломной практики и государственной итоговой

аттестации.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-6; ОПК-9, ПК-15; ПК-18; ПК-21, ПК-26

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы.

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7	8		
Контактная работа с преподавателем (всего)	90	54	36		
в том числе:					
Лекции (Л)	36	22	14		
Практические занятия (ПЗ)	54	32	22		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	90	54	36		
в том числе:					
Практические задачи	42	30	12		
Реферат	8	4	4		
Доклад	8	4	4		
Конспект	14	7	7		
Глоссарий	8	4	4		
Кейсы	10	5	5		
Виды промежуточной аттестации		Зачет с оценкой	экзамен		
Общая трудоемкость:					
часов	216	108	108		
зачетных единиц	6	3	3		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Бухгалтерский учет и отчетность	Сущность, задачи, объекты и метод бухгалтерского учета; учет денежных средств; учет производственных запасов; учет внеоборотных активов; учет расчетов с персоналом; учет затрат на производство; учет готовой продукции и ее продажи; учет и финансовых результатов; бухгалтерская (финансовая) отчетность организации
2.	Финансовый анализ и аудит	Сущность, задачи, предмет и метод финансового анализа; методы анализа финансовой отчетности коммерческой организации; сущность и задачи аудита; обязательный аудит; планирование аудита; методика проведения и оформления результатов аудиторской проверки

Программа учебной дисциплины **Б1.В.ДВ.01.02 Управление финансами в профессиональной деятельности**

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Управление финансами в профессиональной деятельности» - формирование у студентов системного представления о финансах как инструменте, позволяющем эффективно планировать, организовывать, контролировать и анализировать деятельность современной коммерческой организации.

Основными **задачами** курса являются:

Понимание:

- теоретических и методических основ организации и проведения финансового планирования, бухгалтерского учета и финансового контроля в современных условиях;

Овладение навыками:

- работы с основными нормативными правовыми актами, регламентирующими порядок финансового обеспечения деятельности организаций;

- формирование практических навыков оформления финансово-плановых, первичных оправдательных документов, отражения хозяйственных операций на счетах бухгалтерского учета, применения современных методик экономического анализа;

- воспитания чувства ответственности за соблюдение требований законодательства в процессе будущей профессиональной деятельности и стремления к постоянному совершенствованию своих финансово-экономических знаний и навыков,

Развитие умений:

- применять полученные знания при решении практических задач.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **дисциплины по выбору**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-3 способность использовать основы естественнонаучных и экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

ОК-5 способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию

ОК-7 способностью использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности

ОПК-6 способностью к когнитивной деятельности

ПК-15 способностью прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

Студент должен:

Знать:

- теоретические основы организации коллективной деятельности, обоснования и формулирования целей, задач, мотивации, правовые, этические, нравственные нормы реализации педагогической и профессиональной деятельности;

- особенности осуществления коллективной деятельности в различных отраслях, сферах, основные требования как к лицам, осуществляющим координацию, управление, так и выполняющим определенные поручения и решающим поставленные задачи, методы организации взаимодействия педагога с различными субъектами педагогического процесса;

- сущностные характеристики толерантности, понятия не соотносимого с безразличием, без принуждённой терпимостью к злу, расизму, вандализму, варварству.

Уметь:

- системно анализировать практику организации педагогического и управленческого

процессов в соответствии с поставленными целями и сформулированными задачами, результаты коллективного труда

- бесконфликтно общаться с различными субъектами процесса профессиональной деятельности

- участвовать в общественно-профессиональных дискуссиях с целью разрешения различных социально-экономических проблем на основе базовых нравственных ценностей

Владеть:

- опытом организации коллективного труда, способностью принимать управленческие решения и обеспечивать личную управленческую дисциплину на основе базовых нравственных ценностей

- способами взаимодействия с другими субъектами профессионального процесса на основе базовых нравственных ценностей;

- способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами в условиях поликультурной среды на основе базовых нравственных ценностей;

Изучение данной дисциплины является необходимой основой для успешного прохождения студентами преддипломной практики и государственной итоговой аттестации.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-6; ОПК-9, ПК-15; ПК-18; ПК-21, ПК-26

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы.

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7	8		
Контактная работа с преподавателем (всего)	90	54	36		
в том числе:					
Лекции (Л)	36	22	14		
Практические занятия (ПЗ)	54	32	22		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	90	54	36		
в том числе:					
Практические задачи	42	30	12		
Реферат	8	4	4		
Доклад	8	4	4		
Конспект	14	7	7		
Глоссарий	8	4	4		
Кейсы	10	5	5		
Виды промежуточной аттестации		Зачет с оценкой	экзамен		
Общая трудоемкость: часов	216	108	108		
зачетных единиц	6	3	3		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Сущность и функции финансов. Финансовая	Сущность и роль финансов и кредита; финансовая система России; бюджет и внебюджетные фонды;

	система России	роль финансов и кредита в развитии внешнеэкономической деятельности; деятельность банков, страховых организаций, фондов
2	Финансовое планирование деятельности организации	Формирование и использование денежных накоплений предприятий; основные принципы финансирования и кредитования капитальных вложений; оборотные средства предприятий, система их финансирования и кредитования; расчеты между организациями; краткосрочный кредит в хозяйственном механизме управления предприятием; финансовая работа и финансовое планирование в системе управления организацией
3	Бухгалтерский учет и отчетность	Сущность, объекты и метод бухгалтерского учета; учет денежных средств; учет запасов; учет внеоборотных активов; учет расчетов; учет затрат; учет готовой продукции и ее продажи; учет финансовых результатов; бухгалтерская отчетность организации
4	Экономический анализ и аудит	Сущность, предмет и метод экономического анализа; методы экономического анализа хозяйственной деятельности организации; сущность и задачи аудита; обязательный аудит; планирование, проведение и оформление результатов аудита

Программа учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.01 Методика преподавания коммуникативных дисциплин

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Методика преподавания коммуникативных дисциплин» – обеспечение формирования лингводидактической, риторической и других компетенций и создание предпосылок для осознанного освоения современных технологий обучения медиариторике, выработанных отечественной методикой преподавания; обеспечение студентов подготовкой к осознанному и самостоятельному изучению и решению вопросов обучения медиариторике рабочих, служащих и специалистов среднего звена.

Основными **задачами** курса являются:

- раскрыть риторические и психолого-педагогические основы методики преподавания медиариторики;
- познакомить студентов с современными программами, учебниками и учебными пособиями по риторике и культуре общения;
- познакомить студентов с особенностями организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении основных разделов курса медиа на основе детального изучения богатейшего педагогического наследия, международного исторического опыта, истории методики преподавания риторики в России с учетом современного

педагогического опыта и научных достижений филологии, риторики, психологии и психолингвистики, социолингвистики и лингводидактики;

- вооружать студентов умениями планировать работу по медиариторике, проектировать уроки риторики по современным дидактическим системам, технологиям и моделям обучения и воспитания;
- учить студентов осуществлять контроль за деятельностью учащихся, оценивать уровень развития риторических и других видов компетенций, предусмотренных образовательной программой;
- формировать навык самостоятельной работы с учебной литературой по изучаемой дисциплине;
- способствовать формированию творческого подхода студентов к учебному процессу, направленному на повышение реального уровня речевого развития учащихся с ориентацией на зону их ближайшего развития.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- ОПК-3 способность осуществлять письменную и устную коммуникацию на государственном языке и осознавать необходимость знания второго языка
- ПК-17 способность проектировать и применять индивидуализированные, деятельностно и личностно ориентированные технологии и методики обучения рабочих, служащих и специалистов среднего звена

Дисциплина «Методика преподавания коммуникативных дисциплин» является предшествующей для таких дисциплин, как «Методика обучения технологии проектирования рекламного продукта», «Деловая коммуникация», «Управление проектами в профессиональной деятельности», «Производственная практика».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-3, ПК-17, ПК-18, ПК-20, ПК-27, ПК-29.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **6** зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7	8		
Контактная работа с преподавателем (всего)	90	54	36		
В том числе:					
Лекции	36	22	14		
Практические занятия (ПЗ)	54	32	22		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	90	54	36		
В том числе:					
Работа с информационными источниками	27	17	10		
Подготовка к контрольным работам	8	3	5		

Подготовка к коллоквиуму	8	4	4		
Подготовка конспектов	10	7	3		
Подготовка докладов	9	6	3		
Подготовка к деловой игре	12	7	5		
Подготовка проекта	16	10	6		
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Зачет с оценкой экзамен	Зачет с оценкой	Экзамен		
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	216	108	108		
	6	3	3		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Место и роль риторики в системе образования.	Устные коммуникации в системе средств массовой коммуникации: массовая коммуникация, коммуникация, виды устных коммуникаций, средства диалогизации и адаптации в устных коммуникациях, эффективность устной речи
		Классическая риторика: риторика, современная общая риторика, предмет современной общей риторики, риторический канон, частные риторики; эпидейктическая речь, аргументирующая речь, информирующая речь, античный риторический идеал, русский риторический идеал
		Риторика и речевое поведение человека: речевое поведение: речевое событие, дискурс, речевая ситуация, речевые цели; законы современной общей риторики: закон гармонизирующего диалога, закон продвижения и ориентации собеседника, закон эмоциональности речи, закон удовольствия
		Современная практика публичных выступлений: демагогия, манипулирование, этика публичного выступления
		Обучение правилам инвенции: инвенция: цель (интенция) говорящего, топы
		Обучение правилам диспозиции: диспозиция: описание, повествование, хрия (строгая, свободная, искусственная, обратная)
		Обучение правилам элокуции: тропы и риторические фигуры
		Обучение правилам инсценирования речи: акция: невербальные средства, язык внешнего вида, кинетика
		Аргументация: тезис, аргументы, нисходящая и восходящая, односторонняя и двусторонняя,

		опровергающая и поддерживающая, индуктивная и дедуктивная аргументация, правила аргументации, приемы эффективной аргументации
2	Методические основы формирования понятия коммуникативной деятельности	<p>Методика работы над видами речевой деятельности (говорение, слушание, чтение, письмо). Инструментальные знания как средство формирования навыков речевой деятельности.</p> <p>Особенности работы над коммуникативными качествами речи на уроках риторики. Основные методы и приемы.</p>
3.	Понятие о речевых жанрах и интерактивных формах коммуникации и их типология в медиариторике	<p>Понятие речевого жанра. Проблемы классификации речевых жанров. Типология речевых жанров в медиариторике.</p> <p>Понятие информационного жанра. Методы и приемы формирования данного понятия.</p> <p>Особенности воздействующего речевого жанра. Виды работ на уроке медиариторики по формированию умений создавать воздействующие жанры.</p> <p>Типы уроков медиариторики, структура и специфика их организации. Специфические структурные элементы. Урок медиариторики в деятельностной технологии. Оснащение урока.</p> <p>Особенности структуры и содержания уроков медиариторики. Разминка, распевка, разыгрывание речевых ситуаций как специфические структурные элементы уроков медиариторики.</p> <p>Типичные трудности в преподавании медиариторики (Проблема оценки знаний учащихся на уроках медиариторики. Проблема организации учебной работы. Проблема оснащённости курса медиариторики. Психологические проблемы, связанные с возрастными особенностями поведения и общения учащихся).</p> <p>Принципы внеурочной учебной деятельности по медиариторике. Особенности организации. Формы внеурочной учебной деятельности.</p>

Программа учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.02.01 Интерактивные формы профессионального обучения

Рекомендуется для направления подготовки:

44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Интерактивные формы профессионального обучения» – формирование знаний в сфере применения активных методов обучения в практической

работе, обеспечение глубокого и творческого овладения будущими бакалаврами знаниями теоретических основ современной педагогической науки в части использования интерактивных технологий обучения, формирование у них профессиональной направленности мышления и профессиональной позиции через овладение ими ряда профессиональных компетенций.

Основными **задачами** курса являются:

- внести свой вклад в развитие как общей культуры бакалавров, так и специфической культуры педагогического мышления;
- углубить представление о гуманистической сущности педагогики; сформировать устойчивую, непротиворечивую индивидуальную систему профессионально-ценностных ориентаций, способную обеспечить регуляцию и мотивацию профессиональной деятельности и поведения;
- познакомить с интерактивными технологиями обучения в образовательных учреждениях;
- развивать умения организовывать образовательный процесс с использованием интерактивных технологий обучения, анализировать результаты.

Данный курс включает в себя 2 модуля: I. «Методологические основы использования в педагогическом процессе интерактивных методов обучения»; II. «Технология использования методов интерактивного обучения». Данное содержание обеспечивает получение системы знаний и умений, которые образуют стержень педагогической подготовки бакалавра по указанной дисциплине и формирование у него стратегической профессиональной ориентации. Каждый базовый модуль состоит из нескольких тем, в которых раскрываются основные понятия, характеризуются принципы деятельности, изучаются этапы и методики интерактивного обучения.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- ОПК-3 способность осуществлять письменную и устную коммуникацию на государственном языке и осознавать необходимость знания второго языка
- ПК-17 способность проектировать и применять индивидуализированные, деятельностно и личностно ориентированные технологии и методики обучения рабочих, служащих и специалистов среднего звена

Дисциплина «Интерактивные формы профессионального обучения» является предшествующей для таких дисциплин, как «Методика обучения технологии проектирования рекламного продукта», «Деловая коммуникация», «Управление проектами в профессиональной деятельности», «Производственная практика».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-3, ПК-17, ПК-18, ПК-20, ПК-27, ПК-29

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **6** зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7	8		
Контактная работа с преподавателем (всего)	90	54	36		
В том числе:					
Лекции	36	22	14		

Практические занятия (ПЗ)	54	32	22		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	90	54	36		
В том числе:					
Работа с информационными источниками	27	17	10		
Подготовка к контрольным работам	8	3	5		
Подготовка к коллоквиуму	8	4	4		
Подготовка конспектов	10	7	3		
Подготовка докладов	9	6	3		
Подготовка к деловой игре	12	7	5		
Подготовка проекта	16	10	6		
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Зачет с оценкой экзамен	Зачет с оценкой	Экзамен		
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	216	108	108		
	6	3	3		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Методологические основы использования в педагогическом процессе интерактивных методов обучения	<p>Педагогическая антропология как методологическая основа интерактивных методов обучения. Принципы философской антропологии: антропологический подход, концепция гуманистической философии. Концепция личностно ориентированного педагогического процесса. Общенаучный и конкретнонаучный уровень методологии интерактивных методов обучения.</p> <p>Развитие субъектности учащихся как цель использования интерактивных технологий обучения. Инновационные образовательные парадигмы. Субъектность обучающегося как условие успешности его образовательной деятельности. Сущность понятий: субъектность, субъект. Критерии субъектности обучающегося. Содержание и структура субъектности педагога.</p> <p>Технология использования интерактивных методов обучения. Сущность, признаки интерактивных методов обучения. Педагогическая технология как категория педагогики: сущность, функции, классификация. Процессуальные аспекты работы с педагогическими технологиями. Принципы отбора педагогических технологий. Критерии</p>

		<p>эффективности педагогических технологий. Сущность технологии интерактивного обучения. Технология проведения урока, занятия в интерактивном режиме.</p>
2	Технология использования методов интерактивного обучения	<p>Технология «Деловая игра» Сущность «Деловой игры». Типология «Деловых игр». Технологические приемы организации «Деловой игры». Практикум по проведению «Деловой игры»</p> <p>Технология «Кейс». Технология кейсов: суть и основные элементы. Технология «Кейс» в научно-исследовательской работе студентов. Технология «Кейс» во внеклассной и досуговой деятельности студентов и учащихся. Использование технологии «Кейс» в учебном процессе.</p> <p>Технология педагогического проектирования. Сущность проектирования, сущность метода учебных проектов, его основные признаки, этапы работы над проектом. Проектная деятельность и развитие общеучебных умений. Взаимодействие с учащимися в ходе работы над проектом. Типы проектов и ведущая деятельность учащихся. Критериальное оценивание в проектной деятельности.</p> <p>Интерактивные методы обучения. Общая характеристика методов организации коммуникации. Мотивация обучения. Копилка методов и упражнений: «Поменяемся местами», «Заверши фразу», «Комплимент» и др. Метод обмена деятельностью. Общая характеристика методов обмена деятельностью: сущность, основные признаки, условия реализации. Копилка методов и упражнений: «Интервью», «Перекрестные группы», «Круглый стол», «Пресс-конференция» и др. Методы мыследеятельности. Общая характеристика методов мыследеятельности. Копилка методов и упражнений: Выбор», «Логическая цепочка», «Смена собеседника», «Самооценка» и др. Методы смыслов творчества. Общая характеристика методов смыслов творчества. Структура смыслов творчества. Копилка методов и упражнений: «Заверши фразу», «Ассоциации», «Работа с понятиями», «Интеллектуальные качели», «Минута говорения», «Сочиняем рассказ» и т.д. Методы рефлексивной деятельности. Сущность педагогической рефлексии. Процедура рефлексии в педагогическом процессе. Копилка методов и упражнений: «Мини-сочинение», «Ключевое слово», «Заверши фразы» и т.д.</p>

Программа учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.03.01 Культурные архетипы в медиакоммуникациях

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины:

Дать будущим специалистам систематизированные и эмпирически аргументированные сведения о неомифологической природе рекламного моделирования в контексте теории архетипа.

Основными **задачами** курса являются:

- сформировать целостное представление об архетипах как устойчивых моделях сознания;
- рассмотреть механизмы актуализации архетипов в условиях современной культурной ситуации;
- выявить мотивационные основания для применения полученных знаний и умений в процессе теоретической и практической деятельности в области рекламы и PR.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в базовую часть ОП.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями: «Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития для формирования патриотизма и гражданской позиции» (ОК-2), «Способность проектировать и применять индивидуализированные, деятельностно- и личностно-ориентированные технологии и методики обучения рабочих, служащих и специалистов среднего звена» (ПК-17), «Готовность к проектированию комплекса учебно-профессиональных целей, задач» (ПК-19), «Готовность к проектированию, применению комплекса дидактических средств при подготовке рабочих, служащих и специалистов среднего звена» (ПК-22)

Студент должен:

знать:

- особенности взаимодействия культуры с различными формами общественного сознания;
- основные методы, способы и средства получения и переработки информации

обладать умениями:

- использовать полученные знания для развития своего общекультурного потенциала в контексте задач профессиональной деятельности;
- распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее

владеть

- навыками типологического и историко-культурного анализа;
- основными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач

Дисциплина «Культурные архетипы в рекламе и связях с общественностью» является предшествующей для преддипломной практики

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-2, ПК-17, ПК-19, ПК-22

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	7

Контактная работа с преподавателем (всего), в том числе:	72	36	36
лекции	28	14	14
практические занятия (ПЗ)	44	22	22
семинары (С)	-	-	-
лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	72	36	36
работа с информационными источниками	20	10	10
контрольная работа	8	4	4
тест	4	2	2
эссе	14	7	7
презентация	14	7	7
творческое задание	12	6	6
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет		зачет
Общая трудоемкость часов	144	72	72
	зачетных единиц	4	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Общее понятие о мифе и архетипе. Мифологизм рекламы.	Миф как первичная форма словесного художественного творчества и мировоззрение древних; его синкретическая и универсальная природа. Архетипы как врожденные психологические структуры, устойчивые модели сознания, корни которых уходят в коллективное бессознательное. Первенство К.Г. Юнга в изучении архетипического. Современные теории архетипа и практика его анализа в психологии, культурологии, филологии, философии. Методы мифопоэтического анализа. Основные понятия и термины. Место архетипа и мифа в ассоциативно-символическом потенциале языка рекламной коммуникации. Функции архетипических структур в рекламе.
2	Картина мира в ритуально-мифологическом универсуме. Категории времени и пространства в мифе.	Время в мифе: время линейное и время циклическое. Пространственные оппозиции в мифе: верх – низ, правое – левое, свое – чужое. Мировое древо – универсальный пространственный символ мифа. Хронотоп. Образы-архетипы природных стихий (огня, воды, земли, воздуха) и космических тел. Символика и персонификация в мифе. Мифологические аспекты символики цвета и символики числа. Миф и ритуал. Ритуалы природного цикла, ритуалы жизненного цикла. Инициация. Репертуар «ритуальных» сюжетов и мотивов в рекламном тексте.
3	Тематические группы, устойчивые сюжетные структуры и модели мифов.	Космос и хаос в мифе. Космогония и эсхатология в мифе. Мифы календарные и их связь с природным комплексом. Тотемические мифы, зооморфные и растительные образы в них. Мифы о культурных героях. Героические мифы и «переходные» обряды. Архетипические сюжетные схемы и мифологемы в механизме коммуникативных стратегий рекламы.

4	Система персонажей и предметно-изобразительный код в мифе	Типология персонажей в мифе. Бог. Демиург. Первопредок. Культурный герой. Трикстер. Духи и демоны. Библия как источник сюжетов и образов культуры. Архетип матери. Архетип мудрого старца. Волшебный помощник. Чудесный предмет. Мифологемы человеческого тела. Семантические поля значений основных архетипов, формирующих персонажный и предметный уровни мифа. Образы-архетипы в аспекте их эстетической и маркетинговой продуктивности/непродуктивности.
5	Реклама и связи с общественностью как средство трансляции мифа и архетипа в современном мире.	Рекламный текст как неомифологическая коммуникация. Приемы художественного мифологизма в рекламном дискурсе. 1.Создание оригинальной системы мифологем. 2. Реконструкция, интерпретация и осовременивание мифосюжетов. 3.Обогащение конкретно-исторических образов универсальными смыслами и аналогиями. 4. Воспроизведение фольклорно-этнических пластов национального бытия и сознания, в которых актуализированы элементы мифологического мирозерцания. 5.Воссоздание мифо-синкретических структур мышления, обнаруживающих до- или сверхлогическую основу бытия: нарушение причинно-следственных связей, недифференцированность природного и человеческого, дихотомия (или многомирность) пространства, двойничество, оборотничество персонажей и пр. Понятие о «мифотехнологиях» и «мифопроектировании» в рекламе.

Программа учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.03.02 Фольклорно-мифологические образы в
медиакommunikациях

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакommunikации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины:

Дать будущим специалистам систематизированные и эмпирически аргументированные сведения о мифопоэтическом коде культуры; выявить значение, эстетические и прагматические функции фольклорно-мифологических образов и мотивов в рекламном моделировании.

Основными **задачами** курса являются:

- выработать современные подходы к изучению мифопоэтического и архетипического в средствах массовой коммуникации и маркетинговых стратегиях;
- рассмотреть механизмы актуализации фольклорно-мифологического комплекса в условиях современной культурной ситуации;
- сформировать мотивационные основания для применения полученных знаний и умений в процессе теоретической и практической деятельности в области рекламы и PR.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в базовую часть ОП.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями: «Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития для формирования патриотизма и гражданской позиции» (ОК-2), «Способность проектировать и применять индивидуализированные, деятельностно- и

личностно-ориентированные технологии и методики обучения рабочих, служащих и специалистов среднего звена» (ПК-17), «Готовность к проектированию комплекса учебно-профессиональных целей, задач» (ПК-19), «Готовность к проектированию, применению комплекса дидактических средств при подготовке рабочих, служащих и специалистов среднего звена» (ПК-22)

Студент должен:

знать:

- особенности взаимодействия культуры с различными формами общественного сознания;
- основные методы, способы и средства получения и переработки информации

обладать умениями:

- использовать полученные знания для развития своего общекультурного потенциала в контексте задач профессиональной деятельности;
- распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее

владеть

- навыками типологического и историко-культурного анализа;
- основными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач

Дисциплина «Культурные архетипы в рекламе и связях с общественностью» является предшествующей для таких дисциплин, как преддипломная практика

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-2, ПК-17, ПК-19, ПК-22

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	7
Контактная работа с преподавателем (всего), в том числе:	72	36	36
лекции	28	14	14
практические занятия (ПЗ)	44	22	22
семинары (С)	-	-	-
лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	72	36	36
работа с информационными источниками	20	10	10
контрольная работа	8	4	4
тест	4	2	2
эссе	14	7	7
презентация	14	7	7
творческое задание	12	6	6
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет	зачет
Общая трудоемкость часов	144	72	72
	зачетных единиц	4	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Общее понятие о мифе и фольклоре. Мифологизм рекламы.	Миф как первичная форма словесного художественного творчества и мировоззрение древних; его синкретическая и универсальная природа. Фольклор как специфическая словесно-эстетическая система. Проблема ретрансляции фольклорно-мифологических образов в культуре и литературе разных эпох. Архетип. Современные теории архетипа и практика его анализа в психологии, культурологии, филологии, философии. Методы мифопоэтического анализа. Основные понятия и термины. Мифологизм и фольклоризм современной рекламы. Место и значение мифа и фольклора в ассоциативно-символическом потенциале языка рекламной (маркетинговой) коммуникации. Функции фольклорно-мифологических структур в рекламе.
2	Картина мира в фольклорно-мифологическом универсуме. Категории времени и пространства в мифе и фольклоре.	Время в мифе: время линейное и время циклическое. Пространственные оппозиции в мифе: верх – низ, правое – левое, свое – чужое. Мировое древо – универсальный пространственный символ мифа. Хронотоп. Замкнутое время сказки. Эпическое время былин. Образы-архетипы природных стихий (огня, воды, земли, воздуха) и космических тел в мифе и фольклоре. Символика и персонификация в мифе и фольклоре. Мифологические аспекты символики цвета и символики числа. Миф и ритуал. Ритуалы природного цикла, ритуалы жизненного цикла. Инициация. Репертуар мифологических, «ритуальных» и фольклорных сюжетов и мотивов в рекламном тексте.
3	Тематические группы, устойчивые сюжетные структуры и модели мифов. Основные виды и жанры фольклора, их структурные модели.	Космос и хаос в мифе. Космогония и эсхатология в мифе. Мифы календарные и их связь с природным комплексом. Тотемические мифы, зооморфные и растительные образы в них. Мифы о культурных героях. Героические мифы и «переходные» обряды. Жанрово-видовая система фольклора. Функциональная трансформация мифологических мотивов в фольклоре. Идеино-эстетический потенциал сказки, былины, предания, легенды, былички. Архетипические сюжетные схемы фольклора и мифологемы в механизме коммуникативных стратегий рекламы
4	Система персонажей и предметно-изобразительный код в мифе и фольклоре	Типология персонажей в мифе. Бог. Демиург. Первопредок. Культурный герой. Трикстер. Духи и демоны. Библия как источник сюжетов и образов культуры. Архетип матери. Архетип мудрого старца. Волшебный помощник. Чудесный предмет. Мифологемы человеческого тела. Типология сказочных персонажей. Типология былинных персонажей. Герой – Антигерой – Враг в фольклорном универсуме. Семантические поля значений основных образов, формирующих персонажный и предметный уровни мифа и фольклора. Образы фольклора и мифа в аспекте их эстетической и маркетинговой продуктивности/непродуктивности.
5	Реклама и связи с общественностью как средство трансляции	Рекламный текст как неомифологическая коммуникация. Приемы художественного мифологизма и фольклоризма в рекламном дискурсе. 1.Создание оригинальной системы

	мифологических и фольклорных образов в современном мире.	мифологем. 2. Реконструкция, интерпретация и осовременивание мифологических и фольклорных сюжетов. 3. Обогащение конкретно-исторических образов универсальными смыслами и аналогиями. 4. Воспроизведение фольклорно-этнических пластов национального бытия и сознания, в которых актуализированы элементы мифологического мирозерцания. 5. Воссоздание мифо-синкретических структур мышления, обнаруживающих до- или сверхлогическую основу бытия: нарушение причинно-следственных связей, недифференцированность природного и человеческого, дихотомия (или многомирность) пространства, двойничество, оборотничество персонажей и пр. Понятие о «мифотехнологиях» и «мифопроектировании» в рекламе.
--	--	---

Программа учебной дисциплины
Б.1.В.ДВ.04.01 Спецсеминар по рекламным коммуникациям

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

2. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Спецсеминар по рекламным коммуникациям» - формирование навыков организации и проведения исследования в рекламной коммуникации.

Основными *задачами* курса являются:

- понимание основных теоретических сведений, связанных с проведением исследований в рекламной коммуникации
- овладение навыками организации научно-исследовательской деятельности ;
- развитие умений вести исследовательскую деятельность в области рекламной коммуникации

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина «Спецсеминар по рекламе» относится к профессиональному циклу и входит в вариативную часть дисциплин по выбору

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию

Студент должен:

Знать

- особенности устной и письменной речи русского языка в сфере личностной коммуникации;
- основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения.
- основные методы, способы и средства получения и переработки информации;
- основные приемы самоорганизации и самообразования;
- технологии управления временем;
- основные методы исследований
- методику планирования и организации исследования

- методы анализа и обработки информации

Уметь

- построить диалог на русском языке в соответствии с заданными коммуникативными задачами;
- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения;
- распределять время для решения личных и профессиональных задач;
- аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения
- определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования
- осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам следования;
- осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации

Владеть

- навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов;
- основными методами решения профессиональных задач;
- технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации;
- приемами регуляции функционального состояния
- способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;
- способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций

Дисциплина «Спецсеминар по рекламным коммуникациям» является предшествующей для таких дисциплин, как «Социологические аспекты в управлении массовыми коммуникациями», «Технология речевого манипулирования в медиакommunikациях», «Основы взаимодействия с медиа», ВКР.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОПК-3, ПК-11, ПК-23

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36			
В том числе:	14	14			
Лекции	22	22			
Практические занятия (ПЗ)	36	36			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	36	36			
В том числе:					
Курсовая работа (проект)	10	10			
Работа с информационными источниками	10	10			
Анализ и интерпретация результатов	6	6			
Подготовка презентации	4	4			
Подготовка к выступлению на конференции	2	2			
Подготовка отчета	4	4			
Вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)					
Общая трудоемкость 72 часа	72	72			
2 зачетных единиц	2	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Проблематика исследований рекламной коммуникации	Основные направления исследований рекламной коммуникации: ключевые концепты рекламной коммуникации, способы и средства воздействия в рекламной коммуникации, рекламный образ и средства его создания, средства идентификации целевой аудитории в рекламной коммуникации
2	Этапы и структура исследования	Этапы проведения исследования: определение темы, создание аппарата исследования, осмысление научной литературы, сбор, систематизация и описание эмпирического материала с использованием различных методов, обобщение полученных результатов, предъявление результатов на конференциях. Структура курсовой работы. Требование к каждой части работы.
3	Методы исследования рекламной коммуникации	Общенаучные методы. Специальные методы
4	Исследование эффективности рекламной коммуникации	Соответствие содержания и формы рекламной коммуникации ожиданиям потребителя

Программа учебной дисциплины

Б.1.В.ДВ.04.02 Спецсеминар по PR- коммуникациям

Рекомендуется для направления подготовки:

44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) **профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Спецсеминар по PR-коммуникациям» - формирование навыков организации и проведения исследования в PR коммуникации.

Основными **задачами** курса являются:

- понимание основных теоретических сведений, связанных с проведением исследований в PR коммуникации
- овладение навыками организации научно-исследовательской деятельности
- развитие умений вести исследовательскую деятельность в области PR коммуникации

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина «Спецсеминар по PR-коммуникациям» относится к профессиональному циклу и входит в вариативную часть дисциплин по выбору

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию

Студент должен:

Знать

- особенности устной и письменной речи русского языка в сфере личностной коммуникации;

- основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения.
- основные методы, способы и средства получения и переработки информации;
- основные приемы самоорганизации и самообразования;
- технологии управления временем;
- основные методы исследований
- методику планирования и организации исследования
- методы анализа и обработки информации

Уметь

- построить диалог на русском языке в соответствии с заданными коммуникативными задачами;
- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения;
- распределять время для решения личных и профессиональных задач;
- аргументированно обсуждать профессиональные проблемы, давать отзывы, отстаивать свою точку зрения
- определять проблемы, цели и задачи исследования, предмет и объект исследования
- осуществлять выбор методов, адекватный целям и задачам следования;
- осуществлять сбор и обработку первичной и вторичной информации

Владеть

- навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов;
- основными методами решения профессиональных задач;
- технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации;
- приемами регуляции функционального состояния
- способен разрабатывать планы, программы и другие материалы, содержащие научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;
- способен осуществлять консультационные работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций

Дисциплина «Спецсеминар по PR-коммуникациям» является предшествующей для таких дисциплин, как «Социологические аспекты медиакоммуникаций», «Технология речевого манипулирования в медиакоммуникациях», «Основы взаимодействия с медиа», ВКР.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОПК-3, ПК-11, ПК-23

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36			
В том числе:					
Лекции	14	14			
Практические занятия (ПЗ)	22	22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	36	36			
В том числе:					
Курсовая работа (проект)	10	10			
Работа с информационными источниками	10	10			
Анализ и интерпретация результатов	6	6			
Подготовка презентации	4	4			

Подготовка к выступлению на конференции	2	2			
Подготовка отчета	4	4			
Вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)					
Общая трудоемкость 72 часа	72	72			
2 зачетных единиц	2	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Проблематика исследований PR коммуникации	Основные направления исследований PR коммуникации: ключевые концепты PR коммуникации, способы и средства воздействия в PR коммуникации, рекламный образ и средства его создания, средства идентификации целевой аудитории в PR коммуникации
2	Этапы и структура исследования	Этапы проведения исследования: определение темы, создание аппарата исследования, осмысление научной литературы, сбор, систематизация и описание эмпирического материала с использованием различных методов, обобщение полученных результатов, предъявление результатов на конференциях. Структура курсовой работы. Требование к каждой части работы.
3	Методы исследования PR коммуникации	Общенаучные методы. Специальные методы
4	Исследование эффективности PR коммуникации	Соответствие содержания и формы PR коммуникации ожиданиям потребителя

Программа учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.05.01 Кросс-культурный анализ в медиакоммуникациях

Рекомендуется для направления подготовки:

44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) **профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Кросс-культурный анализ в медиакоммуникациях» - формирование компетентности специалиста в области кросс-культурных коммуникаций.

Основными **задачами** курса являются:

- освоение теоретических аспектов и практических приемов использования кросс-культурных исследований в сфере рекламы; формирование у студентов представлений о причинно-следственных связях поведения потребителей и кросс-культурных факторов;
- овладение навыками проведения аналитической деятельности, в том числе исследований в сфере связей с общественностью с учетом кросс-культурного аспекта; освоение приемов диагностики PR-продукта с учетом кросс-культурных факторов
- развитие умений применять знания по предмету в сфере кросс-культурных коммуникаций, использовать кросс-культурный компонент в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в базовую часть ОП.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими

компетенциями:

ОПК – обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с
3 общественностью, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга

ПК – способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы
14 профессиональной деятельности

Студент должен:

- знать основные понятия по истории и теории

- обладать умениями анализировать явления культуры в историческом и типологическом контексте.

- владеть способами применять на практике знания о социальных, этнических, конфессиональных и культурных различиях.

Дисциплина «Кросс-культурный анализ в медиакommunikациях» является предшествующей для таких дисциплин, как Основы взаимодействия с медиа, Методика обучения технологии проектирования рекламного продукта, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-5, ОПК-7, ПК-17

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36			
В том числе:					
Лекции	14	14			
Практические занятия (ПЗ)	22	22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	36	36			
Работа информационными источниками	12	12			
Конспект	6	6			
Подготовка доклада	6	6			
Реферат	6	6			
Презентация	6	6			
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет)	Зач.	Зач.			
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	72	72			
	2	2			

5. Содержание дисциплины

5.1 Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Культурные ценности и ПР: Социокультурный	Культура страны, культура нации. Субкультура. Жизненный стиль. Макро- и микровлияние.

	аспект ПР.	Международный ПР. Понятия кросс-культурной компетенции. Принципы формирования кросс-культурной компетенции.
2.	Особенности национальных культур в ПР коммуникации: Проблемы адаптации ПР текста	Сегментация, принципы сегментирования международных рынков. Нормы. Культурные ценности. Национальные вариации культурных ценностей. Обусловленность вербальной и невербальной коммуникации национально-культурными и этнокультурными особенностями: мироощущения, религиозных представлений, традиций и стиля жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций. Проблемы интерпретации ПР текста
3.	Процесс глобализации как определяющий фактор развития экономики и культуры на современном этапе. Кросскультурные аспекты и глобальные стратегии в ПР	Глобализация рынков. Глобальный подход к маркетингу и культуре. Глобальное и локальное как основа разработки и реализации ПР-стратегий (поглощение, ассимиляция, сопротивление). Факторы, обуславливающие потребительское поведение в ситуации глобализации. Стандартизация и адаптация информации в сфере культурных и национальных особенностей общества как два способа повышения эффективности ПР. Маркетинг-микс. Методы адаптации ПР-продукта при проведении транснациональных ПР кампаний.

Программа учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.05.02 Кросс-культурный анализ в профессиональной деятельности

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Кросс-культурный анализ в профессиональной деятельности»
- формирование компетентности специалиста в области кросскультурных коммуникаций.

Основными **задачами** курса являются:

- освоение теоретических аспектов и практических приемов использования кросс-культурных исследований в сфере рекламы; формирование у студентов представлений о причинно-следственных связях поведения потребителей и кросс-культурных факторов;
- овладение навыками проведения аналитической деятельности, в том числе маркетинговых исследований с учетом кросс-культурного аспекта; освоение приемов диагностики рекламного продукта с учетом кросс-культурных факторов
- развитие умений применять знания по в сфере кросс-культурных коммуникаций, использовать кросс- культурный компонент в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **базовую часть ОП.**

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими

компетенциями:

- ОПК – 3 обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга
- ПК – 14 способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности

Студент должен:

- знать основные понятия по истории и теории культуры,
- обладать умениями анализировать явления культуры в историческом и типологическом контексте.
- владеть способами применять на практике знания о социальных, этнических, конфессиональных и культурных различиях.

Дисциплина «Кросс-культурный анализ в профессиональной деятельности» является предшествующей для таких дисциплин, как Основы взаимодействия с медиа, Методика обучения технологии проектирования рекламного продукта, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-5, ОПК-7, ПК-17

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36			
В том числе:					
Лекции	14	14			
Практические занятия (ПЗ)	22	22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	36	36			
Работа информационными источниками	12	12			
Конспект	6	6			
Подготовка доклада	6	6			
Реферат	6	6			
Презентация	6	6			
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет)	Зач.	Зач.			
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	72	72			
	2	2			

5. Содержание дисциплины

5.1 Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Культурные ценности и потребительское	Культура страны, культура нации. Субкультура. Жизненный стиль. Макро- и микровлияние. Международный маркетинг.

	поведение. Социокультурный аспект рекламы	Понятия кросс-культурной компетенции. Принципы формирования кросс-культурной компетенции.
2.	Особенности национальных культур в рекламной коммуникации: Проблемы адаптации рекламного текста	Сегментация, принципы сегментирования международных рынков. Нормы. Культурные ценности. Национальные вариации культурных ценностей. Обусловленность вербальной и невербальной коммуникации национально-культурными и этнокультурными особенностями: мироощущения, религиозных представлений, традиций и стили жизни, смысловых, звуковых и проч. ассоциаций. Проблемы интерпретации и рекламного текста
3.	Процесс глобализации как определяющий фактор развития экономики и культуры на современном этапе. Кросскультурные аспекты и глобальные маркетинговые стратегии в рекламе	Глобализация рынков. Глобальный подход к маркетингу и культуре. Глобальное и локальное как основа разработки и реализации рекламных стратегий (поглощение, ассимиляция, сопротивление). Факторы, обуславливающие потребительское поведение в ситуации глобализации. Стандартизация и адаптация информации в сфере культурных и национальных особенностей рынка как два способа повышения эффективности рекламы. Маркетинг-микс. Методы адаптации рекламного продукта при проведении транснациональных рекламных кампаний.

Программа учебной дисциплины **Б.1.В.ДВ.06.01 Деловая коммуникация**

Рекомендуется для направления подготовки: **44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)** **профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Деловая коммуникация» – формирование навыков эффективного использования деловой речи в профессиональной деятельности специалиста по медиакоммуникациям.

Данная цель определила **задачи**:

1. понимание теоретических основ учебной дисциплины.
2. развитие умений эффективно выстраивать коммуникацию в разных речевых ситуациях
3. овладение навыками создания письменных и устных коммуникативных продуктов, необходимых для научно-учебной и профессиональной деятельности

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Курс «Деловая коммуникация» входит в дисциплины по выбору ОП, опирается на изученные ранее дисциплины: «Коммуникативно-речевой практикум», «Основы взаимодействия с рекламодателем», «Педагогическая риторика».

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями

- ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию
- ОК-7 способностью использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности
- ОПК-6 способностью к когнитивной деятельности
- ПК-15 способностью прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

Знать:

- основные понятия и категории экономической теории;
- Описывает технологию целеполагания собственной профессиональной деятельности
- Характеризует средства осуществления самоорганизации и самообразования
- Осознает необходимость непрерывного самообразования
- знает теоретические основы базовых наук, обеспечивающих правовые знания, основы законодательно-правового регулирования различных сфер деятельности
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности
- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

Обладать умениями:

- основные понятия и категории экономической теории;
- Осуществляет поиск профессионально-значимой информации в сети Интернет и других источниках
- Использует электронные образовательные ресурсы в целях самоорганизации и саморазвития
- Разрабатывает план самообразования и самоорганизации
- Выбирает средства самообразования и самоорганизации в соответствии с поставленными целями
- способен использовать теоретический потенциал основ законодательно-нормативного регулирования при организации деятельности в различных сферах (педагогической, управленческой, исследовательской и так далее)
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности
- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования
- использовать электронные образовательные ресурсы в целях организации научно-исследовательской работы;

Владеть навыками

- Владеет основами работы с персональным компьютером
- Обладает опытом целеполагания процесса собственного профессионального развития
- Владеет основами моделирования и оценки качества собственного образовательного маршрута и профессиональной карьеры
- Владеет навыками самоанализа, самооценки и самокоррекции
- Владеет навыками анализа и синтеза профессиональной информации и опыта с целью самообразования
- способен использовать теоретический потенциал основ законодательно-нормативного регулирования при организации деятельности в различных сферах (педагогической, управленческой, исследовательской и так далее)
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности
- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

Дисциплина «Деловые коммуникации» является предшествующей для преддипломной практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-5, ПК-16, ПК-20

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц.

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7	8		
Аудиторные занятия (всего)	54	36	18		
в том числе:					
Лекции (Л)	20	14	6		
Практические занятия (ПЗ)	34	22	12		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	54	36	18		
Работа с информационными источниками	14	10	4		
Проект	8	4	4		
Реферат	12	6	6		
Деловая игра	2	2			
Выступление с докладом	14	10	4		
Кейс	4	4			
Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет		зачет		
Общая трудоемкость часов	108	72	36		
зачетных единиц	3	2	1		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Коммуникативная ситуация.	Понятие коммуникативной ситуации. Составляющие коммуникативной ситуации. Виды общения в зависимости от компонентов коммуникативной ситуации. Этические нормы взаимоотношений.
2.	Законы, правила и принципы бесконфликтного общения	Теория трансактного анализа Э. Берна (родитель, взрослый, ребенок). Взаимосвязь жизненного сценария и общения. Законы общения. Принципы бесконфликтного общения. Правила бесконфликтного общения
3.	Особенности межличностной коммуникации	Коммуникативные роли. Стили общения: манипулятивный, примитивный, стандартизованный, конвенциональный, деловой, игровой, духовный
4.	Этикет как компонент коммуникации	Этикет. Деловой этикет. Повседневный этикет. Речевой этикет, особенности русского речевого этикета. Этика подарка и отказа от него.
5.	Информирование и воздействие как основа коммуникации	Вербальные и невербальные средства воздействия
6	Устная и письменная коммуникация в научно-учебной сфере	Требования к речевому поведению участников коммуникации в научно-учебной сфере. Особенности устной коммуникации. Особенности письменной коммуникации
7.	Устная и письменная коммуникация в официально-деловой сфере	Требования к речевому поведению участников коммуникации в официально-деловой сфере. Особенности устной коммуникации. Правила ведения деловых телефонных переговоров. Особенности письменной

		коммуникации. Правила оформления личных деловых бумаг Деловая переписка
--	--	--

Программа учебной дисциплины **Б.1.В.ДВ.06.02 Профессиональная этика**

Рекомендуется для направления подготовки: **44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)** **профиль Медиакоммуникации**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Профессиональная этика» – формирование знаний в области этики и выработка навыков применения норм нравственности в профессиональной деятельности специалиста по медиакоммуникациям.

Данная цель определила **задачи**:

1. понимание теоретических основ учебной дисциплины.
2. развитие умений эффективно выстраивать коммуникацию в разных речевых ситуациях
3. овладение навыками создания письменных и устных коммуникативных продуктов, необходимых для научно-учебной и профессиональной деятельности

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Курс «Профессиональная этика» входит в дисциплины по выбору ОП, опирается на изученные ранее дисциплины: «Коммуникативно-речевой практикум», «Практикум по орфографии и пунктуации», «Педагогическая риторика».

Дисциплина включена в вариативную часть ОП.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями

- ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию
- ОК-7 способностью использовать базовые правовые знания в различных сферах деятельности
- ОПК-6 способностью к когнитивной деятельности
- ПК-15 способностью прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

Знать:

- основные понятия и категории экономической теории;
- Описывает технологию целеполагания собственной профессиональной деятельности
- Характеризует средства осуществления самоорганизации и самообразования
- Осознает необходимость непрерывного самообразования
- знает теоретические основы базовых наук, обеспечивающих правовые знания, основы законодательно-правового регулирования различных сфер деятельности
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности
- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

Обладать умениями:

- основные понятия и категории экономической теории;
- Осуществляет поиск профессионально-значимой информации в сети Интернет и других источниках

- Использует электронные образовательные ресурсы в целях самоорганизации и саморазвития
- Разрабатывает план самообразования и самоорганизации
- Выбирает средства самообразования и самоорганизации в соответствии с поставленными целями
- способен использовать теоретический потенциал основ законодательно-нормативного регулирования при организации деятельности в различных сферах (педагогической, управленческой, исследовательской и так далее)
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности
- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования
- использовать электронные образовательные ресурсы в целях организации научно-исследовательской работы;

Владеть навыками

- Владеет основами работы с персональным компьютером
- Обладает опытом целеполагания процесса собственного профессионального развития
- Владеет основами моделирования и оценки качества собственного образовательного маршрута и профессиональной карьеры
- Владеет навыками самоанализа, самооценки и самокоррекции
- Владеет навыками анализа и синтеза профессиональной информации и опыта с целью самообразования
- способен использовать теоретический потенциал основ законодательно-нормативного регулирования при организации деятельности в различных сферах (педагогической, управленческой, исследовательской и так далее)
- воспроизводит основные способы обработки информации в сфере профессиональной деятельности
- осознает основные методы анализа информации, логику и основные этапы организации научного исследования

Дисциплина «Профессиональная этика» является предшествующей для преддипломной практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-5, ПК-16, ПК-20

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц.

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7	8		
Аудиторные занятия (всего)	54	36	18		
в том числе:					
Лекции (Л)	20	14	6		
Практические занятия (ПЗ)	34	22	12		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	54	36	18		
Работа с информационными источниками	14	10	4		
Проект	8	4	4		
Реферат	12	6	6		
Деловая игра	2	2			
Выступление с докладом	14	10	4		
Кейс	4	4			

Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет		зачет		
Общая трудоемкость часов	108	72	36		
зачетных единиц	3	2	1		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Этическая культура и речевая культура	Понятие коммуникативной ситуации. Составляющие коммуникативной ситуации. Виды общения в зависимости от компонентов коммуникативной ситуации. Этические нормы взаимоотношений.
2.	Психологические основы бесконфликтного общения	Теория трансактного анализа Э. Берна (родитель, взрослый, ребенок). Взаимосвязь жизненного сценария и общения. Законы общения. Принципы бесконфликтного общения. Правила бесконфликтного общения
3.	Особенности коммуникации в профессиональной деятельности	Коммуникативные роли. Стили общения: манипулятивный, примитивный, стандартизованный, конвенциональный, деловой, игровой, духовный
4.	Этикет как компонент профессиональной этики и коммуникации	Этикет. Деловой этикет. Повседневный этикет. Речевой этикет, особенности русского речевого этикета. Этика подарка и отказа от него.
5.	Информирование и воздействие как основа коммуникации	Вербальные и невербальные средства воздействия
6.	Устная и письменная коммуникация в научно-учебной сфере	Требования к речевому поведению участников коммуникации в научно-учебной сфере. Особенности устной коммуникации. Особенности письменной коммуникации
7.	Устная и письменная коммуникация в официально-деловой сфере	Требования к речевому поведению участников коммуникации в официально-деловой сфере. Особенности устной коммуникации. Правила ведения деловых телефонных переговоров. Особенности письменной коммуникации. Правила оформления личных деловых бумаг Деловая переписка

Программа учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.07.01 Методика обучения стратегическому развитию

Рекомендуется для направления подготовки:

44. 03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Методика обучения стратегическому развитию» – подготовка студентов к обучению основам стратегического менеджмента рабочих, служащих и специалистов среднего звена и формирование представления о классических и современных подходах к системам стратегического управления предприятиями медиаиндустрии.

Основными **задачами** курса являются:

- раскрыть основы методики обучения стратегическому менеджменту в системе среднего профессионального образования;
- познакомить студентов с современными программами, учебниками и учебными пособиями по стратегическому менеджменту;
- познакомить студентов с особенностями организации учебной, познавательной и

творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении основных разделов курса стратегического менеджмента на основе детального изучения педагогического опыта и истории методики преподавания управленческих и экономических дисциплин в России;

- формирование у студентов умений планировать работу по освоению знаний по стратегическому менеджменту, проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;

- обучение студентов осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;

- изучение актуальных проблем стратегического менеджмента;

- формирование навыков диагностики внешней и внутренней сред современной организации;

- классификацию основных видов стратегий;

- освоение концепций, методов теории и практики принятия стратегических управленческих решений;

- изучение и освоение особенностей реализации стратегических изменений в организации, оценку их результативности и эффективности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**. Студент должен использовать знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения курсов «Экономика», «Медиаэкономика», «Статистика», «Введение в специальность», «Основы маркетинга», «Педагогика», «Обучение управленческой деятельности».

В результате изучения дисциплины «Методика обучения стратегическому развитию» студент должен:

- знать основы методики преподавания медиаэкономики в системе среднего профессионального образования;

- знать современные программы, учебники и учебные пособия по стратегическому менеджменту;

- знать особенности организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении основных разделов курса медиаэкономики на основе детального изучения педагогического опыта и истории методики преподавания экономических дисциплин в России;

- знать основные экономические особенности производства медиапродукта, его спроса и предложения, базовые характеристики медиарынков, основные экономические модели медиа, законы спроса и предложения на медиарынке, базовые характеристики процессов экономического управления в медиа;

- уметь планировать работу по освоению знаний по стратегическому менеджменту, проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;

- уметь осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;

- уметь анализировать экономические модели медиа, определять экономические модели производства отдельных медиапродуктов, на основе статистических данных прогнозировать развитие медиарынков;

- уметь анализировать ситуацию на рынке труда, действовать в соответствии с личной и общественной выгодой, владеть этикой трудовых и гражданских взаимоотношений;

- владеть навыками экономического анализа в сфере медиа: о медиарынках, аудитории СМИ, медиапродукции, рекламных рынках и т.д.;

- владеть опытом самостоятельно искать, анализировать и отбирать

необходимую информацию, организовать, преобразовывать, сохранять и передавать ее;
- владеть навыками проектирования образовательных программ.

Дисциплина «Методика обучения стратегическому развитию» является базовым курсом в структуре ООП. Данная дисциплина изучается параллельно с курсами «Дидактика оценки предприятия медиаиндустрии», «Маркетинговые исследования в медиакоммуникациях», «Методика обучения и технология проектирования текстов медиакоммуникации», что позволяет рассматривать медиакоммуникации не только в сопоставлении с другими сферами экономики, но и в системе категорий и понятий менеджмента коммуникаций и методики профессионального обучения.

Дисциплина «Методика обучения стратегическому развитию» является предшествующей для таких дисциплин, как

Основы взаимодействия со СМИ

Финансовый анализ, бухгалтер и аудит в профессиональной деятельности

Управление финансами в профессиональной деятельности;

Управление проектами в профессиональной деятельности;

Методика обучения и технология проектирования рекламного продукта

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности преддипломная.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК – 21; СК -1.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36
В том числе:		
Лекции	14	14
Практические занятия (ПЗ)	22	22
Семинары (С)		
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа (всего)	36	36
В том числе:		
Решение практических задач	10	10
Работа с информационными источниками	10	10
Анализ и интерпретация результатов	10	10
Выступление на занятии	4	4
Участие в дискуссии	2	2
Вид промежуточной аттестации (зачет)		
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	72	72
	2	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
-------	---------------------------------	---

1.	Методологические проблемы методики обучения стратегическому менеджменту в системе среднего профессионального образования (медиакоммуникации).	Место и роль методики в системе среднего профессионального образования: предмет, цель, задачи преподавания. Принципы и подходы к преподаванию стратегического менеджмента. Компетентностный подход к процессу обучения стратегическому менеджменту в среднем профессиональном образовании.. Федеральные государственные образовательные стандарты. История преподавания основ управления и стратегического менеджмента, в частности..
2	Средства обучения стратегическому менеджменту.	Средства обучения. Проектирование достижения результатов обучения в процессе разработки образовательных программ. Разработка учебно-методического сопровождения.
3	Содержание и структура курса «Управление развитием предприятий медиаиндустрии»	Особенности содержания и структуры курса «Управление развитием предприятий медиаиндустрии», связь с другими науками. Общая структура и содержание модулей рабочей программы «Управление развитием предприятий медиаиндустрии»: <ul style="list-style-type: none"> • Понятие «Жизненный цикл развития организации». Ключевые понятия стратегического управления развитием предприятия. • Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг). • Типы рыночных структур в медиаиндустрии. • Экономические особенности различных медиа в медиаиндустрии • Рыночные стратегии предприятий СМИ • Ценовая политика: особенности формирования • Медиаконвергенция. Стратегии бизнес-развития в условиях медиаконвергентного рынка. Задачи изучения каждого модуля. Понятийный компонент программы. Инструментальные знания. Учебники по стратегическому менеджменту-
4	Методы обучения стратегическому менеджменту	Классификация методов обучения. Принципы интерактивного обучения. Формы и методы интерактивного обучения: дискуссионные; игровые; тренинговые. Интерактивные технологии обучения. Педагогическая эффективность интерактивного обучения. Проблемно-ориентированные технологии. Интерактивные методы обучения: принципы, формы, педагогическая эффективность
5	Методы диагностики образовательного результата.	Таксономия учебных целей, ранжированных по уровням и видам деятельности, соответствующим этим уровням. Знание. Понимание управленческих концепций и принципов. Применение принципов стратегического развития к новым ситуациям. Интерпретация процессов развития организации и явлений. Выбор метода оценки знаний. Характеристики метода оценки знаний. Виды тестов и основные правила их составления
6	Виды и значение самостоятельной работы обучающихся в процессе	Методы организации самостоятельной работы и развитие творческих способностей учащихся.

	обучения стратегическому менеджменту	Необходимость дифференцированного подхода к обучению стратегическому менеджменту с помощью различных организационных форм обучения, способствующих развитию творческой познавательной активности учащихся, а также форм внеаудиторной работы (олимпиады, организация конкурсов, выпуск корпоративного (электронного) издания.) повышающих интерес к занятиям по стратегическому менеджменту. Задачи кафедры в разработке адекватной учебно-методической базы, формирование вертикальной структуры преподавания, развитии научной деятельности. .
7	Организационные формы обучения.	Современные формы обучения. Направления конвергенции форм и методов обучения. Группы приемов формирования и поддержания учебной мотивации на занятии по стратегическому менеджменту. Интеллектуальные, социальные, эмоциональные группы приемов, приемы внешней организации.

Программа учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.07.02 Дидактика управления стратегическим развитием

Рекомендуется для направления подготовки:
44. 03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)
Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Дидактика управления стратегическим развитием» – подготовка студентов к обучению основам стратегического менеджмента рабочих, служащих и специалистов среднего звена и формирование представления о классических и современных подходах к системам стратегического управления предприятиями медиаиндустрии.

Основными **задачами** курса являются:

- раскрыть основы методики обучения стратегическому менеджменту в системе среднего профессионального образования;
- познакомить студентов с современными программами, учебниками и учебными пособиями по стратегическому менеджменту;
- познакомить студентов с особенностями организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении основных разделов курса стратегического менеджмента на основе детального изучения педагогического опыта и истории методики преподавания управленческих и экономических дисциплин в России;
- формирование у студентов умений планировать работу по освоению знаний по стратегическому менеджменту, проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;
- обучение студентов осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;
- изучение актуальных проблем стратегического менеджмента;
- формирование навыков диагностики внешней и внутренней сред современной организации;
- классификацию основных видов стратегий;
- освоение концепций, методов теории и практики принятия стратегических

управленческих решений;

- изучение и освоение особенностей реализации стратегических изменений в организации, оценку их результативности и эффективности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**. Студент должен использовать знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения курсов «Экономика», «Статистика», «Введение в специальность», «Основы маркетинга», «Педагогика», «Обучение управленческой деятельности».

В результате изучения дисциплины «Дидактика управления стратегическим развитием» студент должен:

- знать основы методики преподавания медиаэкономики в системе среднего профессионального образования;

- знать современные программы, учебники и учебные пособия по стратегическому менеджменту;

- знать особенности организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении основных разделов курса медиаэкономики на основе детального изучения педагогического опыта и истории методики преподавания экономических дисциплин в России;

- знать основные экономические особенности производства медиапродукта, его спроса и предложения, базовые характеристики медиарынков, основные экономические модели медиа, законы спроса и предложения на медиарынке, базовые характеристики процессов экономического управления в медиа;

- уметь планировать работу по освоению знаний по стратегическому менеджменту, проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;

- уметь осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;

- уметь анализировать экономические модели медиа, определять экономические модели производства отдельных медиапродуктов, на основе статистических данных прогнозировать развитие медиарынков;

- уметь анализировать ситуацию на рынке труда, действовать в соответствии с личной и общественной выгодой, владеть этикой трудовых и гражданских взаимоотношений;

- владеть навыками экономического анализа в сфере медиа: о медиарынках, аудитории СМИ, медиапродукции, рекламных рынках и т.д.;

- владеть опытом самостоятельно искать, анализировать и отбирать необходимую информацию, организовать, преобразовывать, сохранять и передавать ее;

- владеть навыками проектирования образовательных программ.

Дисциплина «Дидактика управления стратегическим развитием» является базовым курсом в структуре ООП. Данная дисциплина изучается параллельно с курсами «Дидактика оценки предприятия медиаиндустрии», «Маркетинговые исследования в медиакоммуникациях», «Методика обучения и технология проектирования текстов медиакоммуникации», что позволяет рассматривать медиакоммуникации не только в сопоставлении с другими сферами экономики, но и в системе категорий и понятий менеджмента коммуникаций и методики профессионального обучения.

Дисциплина «Дидактика управления стратегическим развитием» является предшествующей для таких дисциплин, как

Основы взаимодействия с медиа

Управление финансами в профессиональной деятельности;

Финансовый анализ, бухучет и аудит в профессиональной деятельности

Управление проектами в профессиональной деятельности;

Методика обучения и технология проектирования рекламного продукта
Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности преддипломная.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК – 21; СК -1.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36
В том числе:		
Лекции	14	14
Практические занятия (ПЗ)	22	22
Семинары (С)		
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа (всего)	36	36
В том числе:		
Решение практических задач	10	10
Работа с информационными источниками	10	10
Анализ и интерпретация результатов	10	10
Выступление на занятии	4	4
Участие в дискуссии	2	2
Вид промежуточной аттестации (зачет)		
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	72	72
	2	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Методологические проблемы методики обучения стратегическому менеджменту в системе среднего профессионального образования (медиакommunikации).	Место и роль методики в системе среднего профессионального образования: предмет, цель, задачи преподавания. Принципы и подходы к преподаванию стратегического менеджмента. Компетентностный подход к процессу обучения стратегическому менеджменту в среднем профессиональном образовании.. Федеральные государственные образовательные стандарты. История преподавания основ управления и стратегического менеджмента, в частности..
2	Средства обучения стратегическому менеджменту.	Средства обучения. Проектирование достижения результатов обучения в процессе разработки образовательных программ. Разработка учебно-методического сопровождения.

3	Содержание и структура курса «Управление развитием предприятий медиаиндустрии»	<p>Особенности содержания и структуры курса «Управление развитием предприятий медиаиндустрии», связь с другими науками. Общая структура и содержание модулей рабочей программы «Управление развитием предприятий медиаиндустрии»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Понятие «Жизненный цикл развития организации». Ключевые понятия стратегического управления развитием предприятия. • Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг). • Типы рыночных структур в медиаиндустрии. • Экономические особенности различных медиа в медиаиндустрии • Рыночные стратегии предприятий СМИ • Ценовая политика: особенности формирования • Медиаконвергенция. Стратегии бизнес-развития в условиях медиаконвергентного рынка. <p>Задачи изучения каждого модуля. Понятийный компонент программы. Инструментальные знания. Учебники по стратегическому менеджменту-</p>
4	Методы обучения стратегическому менеджменту	<p>Классификация методов обучения. Принципы интерак-тивного обучения. Формы и методы интерактивного обучения: дискуссионные; игровые; тренинговые. Интерактивные технологии обучения. Педагогическая эффективность интерактивного обучения. Проблемно-ориентированные технологии. Интерактивные методы обучения: принципы, формы, педагогическая эффективность</p>
5	Методы диагностики образовательного результата.	<p>Таксономия учебных целей, ранжированных по уровням и видам деятельности, соответствующим этим уровням. Знание. Понимание управленческих концепций и принципов. Применение принципов стратегического развития к новым ситуациям. Интерпретация процессов развития организации и явлений. Выбор метода оценки знаний. Характеристики метода оценки знаний. Виды тестов и основные правила их составления</p>
6	Виды и значение самостоятельной работы обучающихся в процессе обучения стратегическому менеджменту	<p>Методы организации самостоятельной работы и развитие творческих способностей учащихся. Необходимость дифференцированного подхода к обучению стратегическому менеджменту с помощью различных организационных форм обучения, способствующих развитию творческой познавательной активности учащихся, а также форм внеаудиторной работы (олимпиады, организация конкурсов, выпуск корпоративного (электронного) издания.) повышающих интерес к занятиям по стратегическому менеджменту. Задачи кафедры в разработке адекватной учебно-методической базы, формирование вертикальной структуры</p>

		преподавания, развитии научной деятельности. .
7	Организационные формы обучения.	Современные формы обучения. Направления конвергенции форм и методов обучения. Группы приемов формирования и поддержания учебной мотивации на занятии по стратегическому менеджменту. Интеллектуальные, социальные, эмоциональные группы приемов, приемы внешней организации.

Программа учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.08.01 Методика обучения управленческой деятельности

Рекомендуется для направления подготовки:
44. 03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)
Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Методика обучения управленческой деятельности» – подготовка студентов к обучению основам менеджмента рабочих, служащих и специалистов среднего звена и формирование представления о классических и современных подходах к системам управления предприятиями медиаиндустрии.

Основными **задачами** курса являются:

- раскрыть основы Методика обучения основам менеджмента в системе среднего профессионального образования;
- познакомить студентов с современными программами, учебниками и учебными пособиями по управлению предприятиями;
- познакомить студентов с особенностями организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении курса основ менеджмента на основе детального изучения педагогического опыта и истории Методика преподавания управленческих и экономических дисциплин в России;
- формирование у студентов умений планировать работу по освоению знаний по основам менеджмента, проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;
- обучение студентов осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;
- изучение актуальных проблем управления современными предприятиями медиаиндустрии;
- формирование навыков диагностики внутренней среды современного предприятия медиаиндустрии;
- освоение концепций, методов теории и практики принятия управленческих решений.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**. Студент должен использовать знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения курсов

Экономика;
 Дидактика медиаэкономики;
 Статистика;
 Введение в специальность;
 Основы маркетинга;
 Педагогика;
 Основы взаимодействия с рекламодателями;

Дидактика оценки предприятия медиаиндустрии;
Маркетинговые исследования в медиакоммуникациях;
Методика обучения и технология проектирования текстов медиакоммуникации»;
Теория и практика массовых коммуникаций;
Пропедевтика системы визуальных коммуникаций;
Психология медиакоммуникаций;
Социологические аспекты медиакоммуникаций ;
Политические коммуникации
Спецсеминар по рекламным коммуникациям/ Спецсеминар по PR- коммуникациям;
Технология речевого манипулирования в медиакоммуникациях / Речевое воздействие в медиакоммуникациях;

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, технологическая;

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, педагогическая.

В результате изучения дисциплины «Методика обучения управленческой деятельности» студент должен:

- знать основы методика преподавания менеджмента в системе среднего профессионального образования;

- знать современные программы, учебники и учебные пособия по управлению предприятиями;

- знать особенности организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении разделов курса Методика обучения управленческой деятельности на основе детального изучения педагогического опыта и истории Методика преподавания экономических и управленческих дисциплин в России;

- знать основные экономические особенности производства медиапродукта, его спроса и предложения, базовые характеристики медиарынков, основные экономические модели медиа, законы спроса и предложения на медиарынке, базовые характеристики процессов экономического управления на предприятиях медиаиндустрии;

- уметь планировать работу по освоению знаний по менеджменту, проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;

- уметь осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;

- уметь анализировать экономические модели медиа, определять экономические модели производства отдельных медиапродуктов, на основе статистических данных прогнозировать развитие медиарынков;

- уметь анализировать ситуацию на рынке труда, действовать в соответствии с личной и общественной выгодой, владеть этикой трудовых и гражданских взаимоотношений;

- владеть навыками экономического анализа в сфере медиа: о медиарынках, аудитории СМИ, медиапродукции, рекламных рынках и т.д.;

- владеть опытом самостоятельно искать, анализировать и отбирать необходимую информацию, организовать, преобразовывать, сохранять и передавать ее;

- владеть навыками проектирования образовательных программ.

Дисциплина «Методика обучения управлению предприятиями медиаиндустрии» относится к дисциплинам по выбору вариативной части практического обучения ООП. Данная дисциплина изучается параллельно с курсами:

Методика обучения коммуникативных дисциплин»,

Интерактивные формы профессионального обучения

Культурные архетипы в медиакommunikациях/ Фольклорно-мифологические образы в медиакommunikациях;

Кросс - культурный анализ в медиакommunikациях/ Кросс - культурный анализ в профессиональной деятельности

Методика обучения и технология проектирования текстов медиакommunikации,

Дидактика управления стратегическим развитием

Методика обучения стратегическому развитию

Управление персоналом в профессиональной деятельности/

Обучение персонала в сфере медиакommunikаций

что позволяет рассматривать медиакommunikации не только в сопоставлении с другими сферами экономики, но и в системе категорий и понятий менеджмента коммуникаций и методика профессионального обучения.

Дисциплина «Методика обучения управления предприятиями медиаиндустрии» является предшествующей для таких дисциплин, как

Основы взаимодействия с медиа

Управление финансами в профессиональной деятельности

Управление проектами в профессиональной деятельности;

Государственное регулирование в медиакommunikациях;

Методика обучения и технология проектирования рекламного продукта;

Управление проектами в профессиональной деятельности/

Управление проектами в медиакommunikациях

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности преддипломная

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК – 16; ПК – 21; ПК - 24.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36
В том числе:		
Лекции	14	14
Практические занятия (ПЗ)	22	22
Семинары (С)		
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа (всего)	36	36
В том числе:		
Решение практических задач	10	10
Работа с информационными источниками	10	10
Анализ и интерпретация результатов	10	10
Выступление на занятии	4	4
Участие в дискуссии	2	2
Вид промежуточной аттестации (зачет)		
Общая трудоемкость часов	72	72

зачетных единиц	2	2
-----------------	---	---

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Методологические проблемы Методика обучения основам менеджмента в системе среднего профессионального образования (медиакommunikации).	Место и роль Методика в системе среднего профессионального образования: предмет, цель, задачи преподавания. Принципы и подходы к преподаванию основ менеджмента. Компетентностный подход к процессу обучения основам менеджмента в среднем профессиональном образовании. Федеральные государственные образовательные стандарты и профессиональные стандарты. История преподавания основ менеджмента.
2	Средства обучения основам менеджмента.	Средства обучения. Проектирование достижения результатов обучения в процессе разработки образовательных программ. Разработка учебно-методического сопровождения.
3	Содержание и структура курса «Методика обучения управленческой деятельности»	Особенности содержания и структуры курса «Методика обучения управленческой деятельности», связь с другими науками. Общая структура и содержание модулей рабочей программы «Методика обучения управлению предприятием медиаиндустрии»: <ul style="list-style-type: none"> • Ключевые понятия менеджмента «Управление»; «Организация»; «Менеджмент»; • Типология организационных структур; • Основы моделирования управления организацией; • Основы управления производственным процессом • Основы управления ресурсами организации; • Основы стратегического менеджмента; • Специфика управления проектами в медиаиндустрии; • Технологии принятия решений в управлении организацией; Задачи изучения каждого модуля. Понятийный компонент программы. Инструментальные знания. Учебники по основам менеджмента-
4	Методы обучения основам менеджмента	Классификация методов обучения. Принципы интерак-тивного обучения. Формы и методы интерактивного обучения: дискуссионные; игровые; тренинговые. Интерактивные технологии обучения. Педагогическая

		<p>эффективность интерактивного обучения. Проблемно-ориентированные технологии. Интерактивные методы обучения: принципы, формы, педагогическая эффективность</p>
5	Методы диагностики образовательного результата.	<p>Таксономия учебных целей, ранжированных по уровням и видам деятельности, соответствующим этим уровням. Знание. Понимание управленческих концепций и принципов. Применение принципов стратегического развития к новым ситуациям. Интерпретация процессов развития организации и явлений. Выбор метода оценки знаний. Характеристики метода оценки знаний. Виды тестов и основные правила их составления</p>
6	Виды и значение самостоятельной работы обучающихся в процессе обучения основам менеджмента	<p>Методы организации самостоятельной работы и развитие творческих способностей учащихся. Необходимость дифференцированного подхода к обучению стратегическому менеджменту с помощью различных организационных форм обучения, способствующих развитию творческой познавательной активности учащихся, а также форм внеаудиторной работы (олимпиады, организация конкурсов, выпуск корпоративного (электронного) издания.) повышающих интерес к занятиям по стратегическому менеджменту. Задачи кафедры в разработке адекватной учебно-методической базы, формирование вертикальной структуры преподавания, развитии научной деятельности. .</p>
7	Организационные формы обучения.	<p>Современные формы обучения. Направления конвергенции форм и методов обучения. Группы приемов формирования и поддержания учебной мотивации на занятии по стратегическому менеджменту. Интеллектуальные, социальные, эмоциональные группы приемов, приемы внешней организации.</p>

Программа учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.08.01 Методика обучения проектной деятельности

Рекомендуется для направления подготовки:
44. 03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)
Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Методика обучения проектной деятельности» – подготовка студентов к обучению проектному менеджменту рабочих, служащих и специалистов среднего звена и формирование представления о классических и современных подходах к системам управления предприятиями медиаиндустрии.

Основными **задачами** курса являются:

- раскрыть основы Методика обучения проектному менеджменту в системе среднего профессионального образования;
- познакомить студентов с современными программами, учебниками и учебными пособиями по управлению проектами на предприятиях медиаиндустрии;
- познакомить студентов с особенностями организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении курса проектного менеджмента на основе детального изучения педагогического опыта и истории Методика преподавания управленческих и экономических дисциплин в России;
- формирование у студентов умений планировать работу по освоению знаний по проектному менеджменту, проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;
- обучение студентов осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;
- изучение актуальных проблем управления проектами на современных предприятиях медиаиндустрии;
- освоение концепций, методов теории и практики принятия проектных решений.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **вариативную часть ОП**. Студент должен использовать знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения курсов

- Экономика;
- Дидактика медиаэкономики;
- Статистика;
- Введение в специальность;
- Основы маркетинга;
- Педагогика;
- Основы взаимодействия с рекламодателями;
- Дидактика оценки предприятия медиаиндустрии»;
- Маркетинговые исследования в медиакоммуникациях;
- Методика обучения и технология проектирования текстов медиакоммуникации»;
- Теория и практика массовых коммуникаций;
- Пропедевтика системы визуальных коммуникаций;
- Психология медиакоммуникаций;
- Социологические аспекты медиакоммуникаций ;
- Политические коммуникации
- Спецсеминар по рекламным коммуникациям/ Спецсеминар по PR- коммуникациям;
- Технология речевого манипулирования в медиакоммуникациях / Речевое воздействие в медиакоммуникациях;
- Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, технологическая;
- Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, педагогическая.

В результате изучения дисциплины «Методика обучения проектной деятельности» студент должен:

- знать основы Методика преподавания проектного менеджмента в системе среднего профессионального образования;
- знать современные программы, учебники и учебные пособия по управлению предприятиями;
- знать особенности организации учебной, познавательной и творческой деятельности рабочих, служащих и специалистов среднего звена при изучении разделов курса Методика обучения проектной деятельности на основе детального изучения педагогического опыта и истории Методика преподавания экономических и

управленческих дисциплин в России;

- знать основные экономические особенности производства медиапродукта, его спроса и предложения, базовые характеристики медиарынков, основные экономические модели медиа, законы спроса и предложения на медиарынке, базовые характеристики процессов экономического управления на предприятиях медиаиндустрии;
- уметь планировать работу по освоению знаний по менеджменту, проектировать занятия в соответствии с современными дидактическими системами и образовательными моделями и технологиями;
- уметь осуществлять контроль за профессиональной подготовкой рабочих, служащих и специалистов среднего звена, оценивать уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;
- уметь анализировать экономические модели медиа, определять экономические модели производства отдельных медиапродуктов, на основе статистических данных прогнозировать развитие медиарынков;
- уметь анализировать ситуацию на рынке труда, действовать в соответствии с личной и общественной выгодой, владеть этикой трудовых и гражданских взаимоотношений;
- владеть навыками экономического анализа в сфере медиа: о медиарынках, аудитории СМИ, медиапродукции, рекламных рынках и т.д.;
- владеть опытом самостоятельно искать, анализировать и отбирать необходимую информацию, организовать, преобразовывать, сохранять и передавать ее;
- владеть навыками проектирования образовательных программ.

Дисциплина «Методика обучения проектной деятельности» относится к дисциплинам по выбору вариативной части практического обучения ООП. Данная дисциплина изучается параллельно с курсами:

Методика обучения коммуникативных дисциплин»,
Интерактивные формы профессионального обучения
Брендинг в медиакоммуникациях
Культурные архетипы в медиакоммуникациях/ Фольклорно-мифологические образы в медиакоммуникациях;

Кросс - культурный анализ в медиакоммуникациях/ Кросс - культурный анализ в профессиональной деятельности

Методика обучения и технология проектирования текстов медиакоммуникации»,
Дидактика управления стратегическим развитием
Методика обучения стратегическому развитию
Управление персоналом в профессиональной деятельности/ Обучение персонала в сфере медиакоммуникаций

что позволяет рассматривать медиакоммуникации не только в сопоставлении с другими сферами экономики, но и в системе категорий и понятий менеджмента коммуникаций и Методика профессионального обучения.

Дисциплина «Методика обучения проектной деятельности» является предшествующей для таких дисциплин, как

Основы взаимодействия с медиа
Управление финансами в профессиональной деятельности /Управление проектами в профессиональной деятельности;
Государственное регулирование в медиакоммуникациях;
Методика обучения и технология проектирования рекламного продукта;
Управление проектами в профессиональной деятельности/ Управление проектами в медиакоммуникациях

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности преддипломная

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК – 16; ПК – 21; ПК - 24.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36
В том числе:		
Лекции	14	14
Практические занятия (ПЗ)	22	22
Семинары (С)		
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа (всего)	36	36
В том числе:		
Решение практических задач	10	10
Работа с информационными источниками	10	10
Анализ и интерпретация результатов	10	10
Выступление на занятии	4	4
Участие в дискуссии	2	2
Вид промежуточной аттестации (зачет)		
Общая трудоемкость часов зачетных единиц	72	72
	2	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Методологические проблемы Методика обучения проектному менеджменту в системе среднего профессионального образования (медиакommunikации).	Место и роль Методика в системе среднего профессионального образования: предмет, цель, задачи преподавания. Принципы и подходы к преподаванию проектному менеджменту. Компетентностный подход к процессу обучения проектному менеджменту в среднем профессиональном образовании. Федеральные государственные образовательные стандарты и профессиональные стандарты. История преподавания основ менеджмента.
2	Средства обучения проектному менеджменту.	Средства обучения. Проектирование достижения результатов обучения в процессе разработки образовательных программ. Разработка учебно-методического сопровождения.
3	Содержание и структура курса «Методика обучения проектной	Особенности содержания и структуры курса «Методика обучения проектной деятельности»,

	деятельности»	<p>связь с другими науками.</p> <p>Общая структура и содержание модулей рабочей программы «Методика обучения проектной деятельности»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основы проектной деятельности. • Планирование проекта. • Процесс реализации проекта. RACE — технология. • Процессы контроля. Оценка эффективности и качества проекта • Управление ресурсами и рисками проекта. • Процесс завершения проекта. Маркетинг проекта. <p>Задачи изучения каждого модуля.</p> <p>Понятийный компонент программы.</p> <p>Инструментальные знания.</p> <p>Учебники по основам менеджмента-</p>
4	Методы обучения проектному менеджменту менеджмента	<p>Классификация методов обучения. Принципы интерак-тивного обучения. Формы и методы интерактивного обучения: дискуссионные; игровые; тренинговые. Интерактивные технологии обучения. Педагогическая эффективность интерактивного обучения. Проблемно-ориентированные технологии. Интерактивные методы обучения: принципы, формы, педагогическая эффективность</p>
5	Методы диагностики образовательного результата.	<p>Таксономия учебных целей, ранжированных по уровням и видам деятельности, соответствующим этим уровням.</p> <p>Знание. Понимание управленческих концепций и принципов. Применение принципов стратегического развития к новым ситуациям. Интерпретация процессов развития организации и явлений. Выбор метода оценки знаний. Характеристики метода оценки знаний. Виды тестов и основные правила их составления</p>
6	Виды и значение самостоятельной работы обучающихся в процессе обучения проектному менеджменту	<p>Методы организации самостоятельной работы и развитие творческих способностей учащихся.</p> <p>Необходимость дифференцированного подхода к обучению стратегическому менеджменту с помощью различных организационных форм обучения, способствующих развитию творческой познавательной активности учащихся, а также форм внеаудиторной работы (олимпиады, организация конкурсов, выпуск корпоративного (электронного) издания.) повышающих интерес к занятиям по стратегическому менеджменту.</p> <p>Задачи кафедры в разработке адекватной учебно-методической базы, формирование вертикальной структуры преподавания, развитии научной деятельности. .</p>
7	Организационные формы	Современные формы обучения. Направления

	обучения.	конвергенции форм и методов обучения. Группы приемов формирования и поддержания учебной мотивации на занятии по стратегическому менеджменту. Интеллектуальные, социальные, эмоциональные группы приемов, приемы внешней организации.
--	-----------	--

Программа учебной дисциплины
Б1. В. ДВ.09.01 Управление персоналом в профессиональной деятельности

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины Управление персоналом в профессиональной сфере - формирование у студентов эффективного коммуникативного поведения в типовых ситуациях деловой сферы, ознакомление с современными принципами организации системы управления персоналом и технологиями кадрового менеджмента в организациях различного типа и форм собственности

Основными **задачами** курса являются:

1. Формирование у студентов представлений о персонале организации, формах, методах и направлениях работы с людьми в современных организациях.
2. Ознакомление с основным содержанием и принципами реализации кадровых функций руководителя.
3. Освоение практических навыков и технологий, связанных с реализацией базовых кадровых функций руководителя и основных направлений кадровой работы.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **дисциплины по выбору (вариативная) часть ОП.**

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
- ОК-7 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
- ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- ОК-5 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию
- ОПК-1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

Студент должен:

-знать

- применять знания объективных и экономических законов при решении социально-экономических и профессиональных задач;
- особенности устной и письменной речи русского языка в сфере личностной коммуникации;
- основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и

убеждения, правила и законы эффективного общения.

- значение в жизни человека и общества социокультурные традиции, ценностей и норм;
- особенности различных культур, в процессе формирования социокультурного наследия, социокультурных традиций, ценностей и норм, знаком с основными видами искусств, понимает их роль в жизни человека и общества;
- особенности взаимодействия культуры с различными формами общественного сознания; актуализацию социокультурных практик, специфику развития современной культуры и общества в целом.
- основные методы, способы и средства получения и переработки информации;
- приемы работы с информацией;
- основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами современную концепцию управления проектами
- теорию менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов;
- структуру внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы,
- требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов

-обладать умениями:

- построить диалог на русском языке в соответствии с заданными коммуникативными задачами;
- создать на основе стандартных методик и действующих нормативов различные типы текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст)
- грамотно в орфографическом, пунктуационном и речевом отношении оформлять тексты на русском языке, грамотно строить устное и письменное высказывание определенной жанровой специфики, уместно используя выразительные возможности языка
- использовать полученные знания для развития своего общекультурного потенциала в контексте задач профессиональной деятельности;
- распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее;
- применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач;
- организовывать деятельность малой группы
- разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;
- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами
- осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов;
- составлять технические задания на разработку проектов;
- использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью
- применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту
- выделять структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,
- оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании
- составлять аналитические справки, обзоры;
- делать презентацию аналитических справок, обзоров;
- использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов

владеть

- навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов;
 - лексическими и грамматическими навыками в объёме, достаточном для повседневного общения на иностранном языке;
 - навыками интерпретации, аргументированного диалога, толерантного отношения к культурным традициям.
 - навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов
 - основными приемами менеджмента и маркетинга;
 - навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,
 - методами организации кооперации с коллегами;
 - способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;
 - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников
 - методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)
 - практическими навыками ведения проектов
 - способностью давать оценку качества и эффективности проектов
 - навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,
 - навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании
 - навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов
- Дисциплина «Управление персоналом в профессиональной сфере» является предшествующей для таких дисциплин, как «Основы взаимодействия с медиа», преддипломной практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ПК-12, ПК-15, ПК-23, ПК-27

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36			
В том числе:					
Лекции	14	14			
Практические занятия (ПЗ)	22	22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	36	36			
В том числе:					
Работа с информационными источниками	12	12			
Анализ и интерпретация результатов	12	12			
Подготовка к дискуссии	6	6			
Подготовка к деловой игре	6	6			
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет			
Общая трудоемкость 72 часов	72	72			
2 зачетных единиц	2	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Кадровый менеджмент	Основные понятия теории управления персоналом: организация, управление, власть, субъект управления, объект управления, персонал. Характеристики персонала организации: численность, структура и профессиональная компетентность.
2	Кадровая политика и кадровая стратегия	Кадровая политика и кадровая стратегия организации. Понятие и виды кадровой политики. Требования к кадровой политике организации. Стратегии развития организации. Особенности реализации кадровой политики в различных организационных стратегиях.
3	Кадровые функции руководителя	Кадровые функции руководителя. Общая характеристика кадровых функций руководителя и принципы их реализации (общенаучные, управленческие). Воспитательная, дисциплинарная, арбитражная и экспертно-консультативная функции в управленческой практике
4	Направления работы с персоналом в современной организации	Кадровое планирование в организации. Разработка профессиональных квалификационных требований к персоналу. Набор и отбор персонала. Определение источников набора. Прием на работу: методика проведения, основные этапы. Отработка тактики и стратегии проведения кадрового собеседования. Психологические проблемы оценки кандидатов. Адаптация работников в организации. Профессиональная подготовка и переподготовка. Формы и методы организации внутрифирменного обучения. Аттестация и оценка персонала. Современные методы оценки личностной и профессиональной компетенции работников. Техника проведения аттестации. Мотивация персонала. Материальные и нематериальные виды стимулирования. Социально – психологическое понятие карьеры. Управление карьерой в организации. Мотивы выбора карьеры. Стадии и кризисы карьерного продвижения. Типы карьеры. Методы определения ведущей карьерной ориентации.
5	Понятие рынка труда и государственная политика занятости	Понятие рынка труда и государственная политика занятости. Свойства рынка труда. Структура рынка труда. Влияние состояния рынка труда на деятельность организации. Безработица, виды безработицы. Критерии определения безработного.

Программа учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.09.02 Обучение персонала в сфере медиакоммуникаций

Рекомендуется для направления подготовки:

44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины Обучение персонала в сфере медиакоммуникаций-формирование у студентов эффективного коммуникативного поведения в типовых ситуациях деловой сферы, ознакомление с современными принципами организации системы управления персоналом и технологиями кадрового менеджмента в организациях различного типа и форм собственности

Основными **задачами** курса являются:

4. Формирование у студентов представлений о персонале организации, формах, методах и направлениях работы с людьми в современных организациях.
5. Ознакомление с основным содержанием и принципами реализации кадровых функций руководителя.
6. Освоение практических навыков и технологий, связанных с реализацией базовых кадровых функций руководителя и основных направлений кадровой работы.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в **дисциплины по выбору (вариативная) часть ОП.**

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

- | | |
|-------|--|
| ОК-3 | способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности |
| ОК-7 | способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности |
| ОК-4 | способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия |
| ОК-5 | способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия |
| ОК-6 | способность к самоорганизации и самообразованию |
| ОПК-1 | способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах |

Студент должен:

-знать

- применять знания объективных и экономических законов при решении социально-экономических и профессиональных задач;
- особенности устной и письменной речи русского языка в сфере личностной коммуникации;
- основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения.
- значение в жизни человека и общества социокультурные традиции, ценностей и норм;
- особенности различных культур, в процессе формирования социокультурного наследия, социокультурных традиций, ценностей и норм, знаком с основными видами искусств, понимает их роль в жизни человека и общества;
- особенности взаимодействия культуры с различными формами общественного сознания; актуализацию социокультурных практик, специфику развития современной культуры и общества в целом.
- основные методы, способы и средства получения и переработки информации;
- приемы работы с информацией;
- основные положения экономической теории, менеджмента и маркетинга
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами
- современную концепцию управления проектами
- теорию менеджмента и маркетинга, основы бизнес-процессов;
- структуру внутренних коммуникаций организации и их роль в создании имиджа фирмы,
- требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- формы и способы представления аналитических справок, обзоров и прогнозов

-обладать умениями:

- построить диалог на русском языке в соответствии с заданными коммуникативными задачами;
- создать на основе стандартных методик и действующих нормативов различные типы

текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст)

- грамотно в орфографическом, пунктуационном и речевом отношении оформлять тексты на русском языке, грамотно строить устное и письменное высказывание определенной жанровой специфики, уместно используя выразительные возможности языка
- использовать полученные знания для развития своего общекультурного потенциала в контексте задач профессиональной деятельности;
- распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее;
- применять на практике знание основных законов экономической теории, менеджмента и маркетинга для решения профессиональных задач;
- организовывать деятельность малой группы
- разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений в различных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;
- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами
- осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов;
- составлять технические задания на разработку проектов;
- использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с проектной деятельностью
- применять на практике аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту
- выделять структурные компоненты внутренних коммуникаций компании,
- оценивать эффективность структурных компонентов внутренних коммуникаций компании
- составлять аналитические справки, обзоры;
- делать презентацию аналитических справок, обзоров;
- использовать программное обеспечение для решения задач, связанных с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов

владеть

- навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов;
- лексическими и грамматическими навыками в объёме, достаточном для повседневного общения на иностранном языке;
- навыками интерпретации, аргументированного диалога, толерантного отношения к культурным традициям.
- навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов
- основными приемами менеджмента и маркетинга;
- навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,
- методами организации кооперации с коллегами;
- способностью работать в команде и самостоятельно, проявлять коммуникативную компетентность, организованность и исполнительскую дисциплину, быть толерантным;
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение сотрудников
- методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческого решения, организация, мотивация и контроль)
- практическими навыками ведения проектов
- способностью давать оценку качества и эффективности проектов
- навыками анализа состояния внутренних коммуникаций компании,
- навыками оценки эффективности внутренних коммуникаций компании
- навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов

Дисциплина «Обучение персонала в сфере медиакоммуникаций» является предшествующей для таких дисциплин, как «Основы взаимодействия с медиа», преддипломной практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ПК-12, ПК-15, ПК-23, ПК-27

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Контактная работа с преподавателем (всего)	36	36			
В том числе:					
Лекции	14	14			
Практические занятия (ПЗ)	22	22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	36	36			
В том числе:					
Работа с информационными источниками	12	12			
Анализ и интерпретация результатов	12	12			
Подготовка к дискуссии	6	6			
Подготовка к деловой игре	6	6			
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет			
Общая трудоемкость 72 часов	72	72			
2 зачетных единиц	2	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Обучение персонала как часть кадрового менеджмента	Основные понятия теории управления персоналом: организация, управление, власть, субъект управления, объект управления, персонал. Характеристики персонала организации: численность, структура и профессиональная компетентность.
2	Обучение персонала как часть кадровой политики	Кадровая политика и кадровая стратегия организации. Понятие и виды кадровой политики. Требования к кадровой политике организации. Стратегии развития организации. Особенности реализации кадровой политики в различных организационных стратегиях.
3	Кадровые функции руководителя	Кадровые функции руководителя. Общая характеристика кадровых функций руководителя и принципы их реализации (общенаучные, управленческие). Воспитательная, дисциплинарная, арбитражная и экспертно-консультативная функции в управленческой практике
4	Обучение персонала в системе направлений работы с персоналом в современной организации	Кадровое планирование в организации. Разработка профессиональных квалификационных требований к персоналу. Набор и отбор персонала. Определение источников набора. Прием на работу: методика проведения, основные этапы. Отработка тактики и стратегии проведения кадрового собеседования. Психологические проблемы оценки кандидатов. Адаптация

		работников в организации. Профессиональная подготовка и переподготовка. Формы и методы организации внутрифирменного обучения. Аттестация и оценка персонала. Современные методы оценки личностной и профессиональной компетенции работников. Техника проведения аттестации. Мотивация персонала. Материальные и нематериальные виды стимулирования. Социально – психологическое понятие карьеры. Управление карьерой в организации. Мотивы выбора карьеры. Стадии и кризисы карьерного продвижения. Типы карьеры. Методы определения ведущей карьерной ориентации.
5	Формы, методы, приемы обучения персонала	Очная и дистанционная формы обучения персонала. Методы обучения персонала. Интерактивные формы обучения персонала. Профессиональные тренинги.

Программа учебной дисциплины

Наименование дисциплины:

Б1.В. ДВ.10.01 Управление проектами в профессиональной деятельности

Рекомендуется для направления подготовки:

44. 03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Управление проектами в профессиональной деятельности» - формирование профессиональной компетентности гуманитарного технолога в области управления проектами в рекламе и связей с общественностью.

Основными **задачами** курса являются:

- формирование знаний и умений по позиционированию технологии управления проектированием рекламных и PR-кампаний в общей системе знаний об управлении; а также в области методологии и теории управления проектированием и разработки, оформления, презентации, реализации и маркетинга рекламных и PR — проектов;
- овладение навыками управления проектами на всех стадиях развития их жизненного цикла с использованием современных информационных технологий в соответствии с мировыми и отечественными стандартами и достижениями.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в вариативную **часть ОП**.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК -6 Способность к самоорганизации и самообразованию

ПК – 15 Способность прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

ПК-27 Готовность к организации образовательного процесса с применением интерактивных эффективных технологий подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена

Студент должен:

Знать: основные закономерности историко-культурного развития человека и человечества; основные законы экономической теории; основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения; особенности влияния художественной культуры на формирование

и развитие рекламы.

- *Обладать умениями*: анализировать и сопоставлять факты, события; анализировать и интерпретировать различные типы текстов, включая художественные; создать на основе стандартных методик и действующих нормативов различные типы текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст); анализировать ценностные категории, востребованные в условиях современного общества; - использовать полученные знания для развития своего общекультурного потенциала в контексте задач профессиональной деятельности; анализировать и интерпретировать культурные феномены с учетом социокультурного контекста.

- *владеть навыками (опыт)*: формулирования аргументированных умозаключений и выводов; навыками редактирования и копирайтинга; навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов; навыками интерпретации, аргументированного диалога, толерантного отношения к культурным традициям; навыками типологического и историко-культурного анализа; навыками анализа и интерпретации культурных артефактов

Дисциплина «Управление проектами в профессиональной сфере» является предшествующей для Преддипломной практики.

Для ее освоения студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изученных ранее дисциплин: «Основы маркетинга», «Дидактика оценки предприятий медиаиндустрии», «Дидактика медиаэкономики». Изучение данной дисциплины является необходимой основой для прохождения производственной практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

ОК-6, ПК-15, ПК-27

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
Аудиторные занятия (всего)	36	36			
в том числе:					
Лекции (Л)	14	14			
Практические занятия (ПЗ)	22	22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	36	36			
в том числе:					
Работа с источниками информации	16	16			
Работа с глоссарием	2	2			
Реферат	4	4			
Решение практических задач	10	10			
Подготовка презентации	4	4			
Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет			
Общая трудоемкость часов	72	72			
зачетных единиц	2	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Основы проектной деятельности	Понятие «проект» и его отличительные признаки. Общее и специфическое в понятиях «операции», «технологии», «проектирование». Основное

		<p>содержание процесса управления проектом (УП): субъект, команда, объект. Пять этапов: инициация проекта, планирование, выполнение, контроль, закрытие проекта. Связь проекта с изменениями: технологий, окружающей среды организации, с людьми. Сферы применения проектов: коммерческие, некоммерческие проекты. Сроки проектов. Критерии успеха проекта: связь с ресурсами организации, ее жизненным циклом, философией и культурой. Методы управления проектом.</p> <p>Международные стандарты по управлению проектами.</p> <p>Особенности управления проектированием рекламными проектами. Классификация проектов. Структура проекта. Жизненный цикл проекта. Процессы управления проектом. Процесс инициации проекта: формирование идеи проекта, постановка целей и задач проекта. Составление структурного плана проекта.</p> <p>Формирование и развитие команды проекта: принципы и стадии. Основные стадии жизненного цикла команды проекта.</p> <p>Окружающая среда проекта. Проект и предприятие. Факторы воздействия на проект.</p> <p>Понятие организации управления проектом. Процесс планирования содержания проекта. Организационный план проекта. Критерии приемлемости проекта. Причины отклонения проекта. Элементы организационной системы управления проектом: производственные задачи, законы, методики, информационные материалы. Миссия, видение проекта. SWOT — анализ. Модель управленческого процесса. Мероприятия. Матрица разделения административных задач управления. Материально-техническое обеспечение. Разработка концепции проекта. Системный и комплексный подход. Схемы и принципы разработки и реализации проекта.</p> <p>Технико-экономическое обоснование проекта и оценка проекта. Бизнес-план. Исследование инвестиционных возможностей осуществления проекта.</p>
2	Процесс реализации проекта. RACE — технология	<p>Процесс реализации проекта. Основные принципы и методы разработки содержания проекта. Обоснование проекта. RACE- технология. Цепочка «заказчик-исполнитель-потребитель», основные функции стейкхолдеров проекта. Распределение работ по исполнителям</p> <p>Матричная и сетевая модель взаимосвязи работ проекта.</p> <p>Разработка проектной документации проекта. Виды проектной документации. Виды проектной документации: технологическая, экономическая, юридическая, финансовая, организационная, управленческая. Контрактная работа в проекте.</p>
3	Процессы контроля. Оценка эффективности и качества проекта	<p>Управление процессом контроля. Определение качества проекта. Организация управления</p>

		качеством. Структуризация работ по проекту. Основы финансирования проекта. Планирование стоимости проекта. Разработка бюджета. Оценка эффективности проекта: целевая, экономическая, социальная. Методы контроля стоимости проекта. Мониторинг и контроль за реализацией контракта.
4	Управление ресурсами и рисками проекта.	<p>Ресурсный задел проекта. Виды и классификация ресурсов проекта. Методы и принципы управления ресурсами. Гистограмма ресурсов проекта. Создание коммуникационной системы проекта. Документы проекта: их формы, классификация, требования. Участники информационного обмена в проекте. Управление информационными потоками в проекте. Методы и средства обеспечения коммуникаций проекта. Информационные технологии и базы данных в проекте. Использование программного обеспечения в управлении проектами.</p> <p>Риск-менеджмент. Природа неопределенности и потерь в проекте. Диаграмма важности и вероятности. Внешние и внутренние риски проекта. Страхование рисков проекта. Прогнозирование рисков и их оценка. Методы защиты и модели управления риском. естественный и количественный анализ рисков. Составление календарного плана проекта. Разработка расписания проекта: управление временем. Диаграмма Ганта. Определение критического пути проекта.</p>
5	Процесс завершения проекта. Маркетинг проекта.	<p>Завершение проекта. Этапы завершения. Подведение итогов и получение данных о результатах. Послепроектное обслуживание. Гарантийное обслуживание. Подготовка кадров для эксплуатации проектов.</p> <p>Маркетинг проектов. Принципы построения систем информационного обеспечения. Структура баз данных и баз знаний. Критерии отбора проекта. План маркетинга. Основные функции маркетинга в управлении проектами</p>

Программа учебной дисциплины

Б1.В. ДВ.10.02 Управление проектами в медиакоммуникациях

Рекомендуется для направления подготовки:

44. 03.04. Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Управление проектами в медиакоммуникациях» - формирование профессиональной компетентности гуманитарного технолога в области управления проектами в рекламе и связей с общественностью.

Основными **задачами** курса являются:

- формирование знаний и умений по позиционированию технологии управления проектированием рекламных и PR-кампаний в общей системе знаний об управлении; а также в области методологии и теории управления проектированием и разработки, оформления, презентации, реализации и маркетинга рекламных и PR — проектов;

- овладение навыками управления проектами на всех стадиях развития их жизненного цикла с использованием современных информационных технологий в соответствии с мировыми и отечественными стандартами и достижениями.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина включена в вариативную часть ОП.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК -6 Способность к самоорганизации и самообразованию

ПК – 15 Способность прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

ПК-27 Готовность к организации образовательного процесса с применением интерактивных эффективных технологий подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена

Студент должен:

Знать: основные закономерности историко-культурного развития человека и человечества; основные законы экономической теории; основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения; особенности влияния художественной культуры на формирование и развитие рекламы.

- *Обладать умениями:* анализировать и сопоставлять факты, события; анализировать и интерпретировать различные типы текстов, включая художественные; создать на основе стандартных методик и действующих нормативов различные типы текстов (обзор, аннотация, реферат, докладная записка, отчет, официально-деловой, публицистический, рекламный текст); анализировать ценностные категории, востребованные в условиях современного общества; - использовать полученные знания для развития своего общекультурного потенциала в контексте задач профессиональной деятельности; анализировать и интерпретировать культурные феномены с учетом социокультурного контекста.

- *владеть навыками (опыт):* формулирования аргументированных умозаключений и выводов; навыками редактирования и копирайтинга; навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов; навыками интерпретации, аргументированного диалога, толерантного отношения к культурным традициям; навыками типологического и историко-культурного анализа; навыками анализа и интерпретации культурных артефактов

Дисциплина «Управление проектами в медиакоммуникациях» является предшествующей для преддипломной практики.

Для ее освоения студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изученных ранее дисциплин: «Основы маркетинга», «Дидактика оценки предприятий медиаиндустрии», «Дидактика медиаэкономики». Изучение данной дисциплины является необходимой основой для прохождения производственной практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОК-6; ПК-15; ПК-27

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры			
Аудиторные занятия (всего)	36	36			
в том числе:					
Лекции (Л)	14	14			
Практические занятия (ПЗ)	22	22			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					

Самостоятельная работа (всего)	36	36			
в том числе:					
Работа с источниками информации	16	16			
Работа с глоссарием	2	2			
Реферат	4	4			
Решение практических задач	10	10			
Подготовка презентации	4	4			
Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет			
Общая трудоемкость часов	72	72			
зачетных единиц	2	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1	Основы проектной деятельности	<p>Понятие «проект» и его отличительные признаки. Общее и специфическое в понятиях «операции», «технологии», «проектирование». Основное содержание процесса управления проектом (УП): субъект, команда, объект. Пять этапов: инициация проекта, планирование, выполнение, контроль, закрытие проекта. Связь проекта с изменениями: технологий, окружающей среды организации, с людьми. Сферы применения проектов: коммерческие, некоммерческие проекты. Сроки проектов. Критерии успеха проекта: связь с ресурсами организации, ее жизненным циклом, философией и культурой.</p> <p>Методы управления проектом.</p> <p>Международные стандарты по управлению проектами.</p> <p>Особенности управления проектированием рекламными проектами. Классификация проектов. Структура проекта. Жизненный цикл проекта. Процессы управления проектом. Процесс инициации проекта: формирование идеи проекта, постановка целей и задач проекта. Составление структурного плана проекта.</p> <p>Формирование и развитие команды проекта: принципы и стадии. Основные стадии жизненного цикла команды проекта.</p> <p>Окружающая среда проекта. Проект и предприятие. Факторы воздействия на проект.</p> <p>Понятие организации управления проектом. Процесс планирования содержания проекта. Организационный план проекта. Критерии приемлемости проекта. Причины отклонения проекта. Элементы организационной системы управления проектом: производственные задачи, законы, методики, информационные материалы.</p> <p>Миссия, видение проекта. SWOT — анализ.</p> <p>Модель управленческого процесса. Мероприятия. Матрица разделения административных задач управления. Материально-техническое обеспечение. Разработка концепции проекта. Системный и комплексный подход. Схемы и принципы разработки и реализации проекта.</p> <p>Технико-экономическое обоснование проекта и</p>

		оценка проекта. Бизнес-план. Исследование инвестиционных возможностей осуществления проекта.
2	Процесс реализации проекта. RACE — технология	Процесс реализации проекта. Основные принципы и методы разработки содержания проекта. Обоснование проекта. RACE- технология. Цепочка «заказчик-исполнитель-потребитель», основные функции стейкхолдеров проекта. Распределение работ по исполнителям Матричная и сетевая модель взаимосвязи работ проекта. Разработка проектной документации проекта. Виды проектной документации. Виды проектной документации: технологическая, экономическая, юридическая, финансовая, организационная, управленческая. Контрактная работа в проекте.
3	Процессы контроля. Оценка эффективности и качества проекта	Управление процессом контроля. Определение качества проекта. Организация управления качеством. Структуризация работ по проекту. Основы финансирования проекта. Планирование стоимости проекта. Разработка бюджета. Оценка эффективности проекта: целевая, экономическая, социальная. Методы контроля стоимости проекта. Мониторинг и контроль за реализацией контракта.
4	Управление ресурсами и рисками проекта.	Ресурсный задел проекта. Виды и классификация ресурсов проекта. Методы и принципы управления ресурсами. Гистограмма ресурсов проекта. Создание коммуникационной системы проекта. Документы проекта: их формы, классификация, требования. Участники информационного обмена в проекте. Управление информационными потоками в проекте. Методы и средства обеспечения коммуникаций проекта. Информационные технологии и базы данных в проекте. Использование программного обеспечения в управлении проектами. Риск-менеджмент. Природа неопределенности и потерь в проекте. Диаграмма важности и вероятности. Внешние и внутренние риски проекта. Страхование рисков проекта. Прогнозирование рисков и их оценка. Методы защиты и модели управления риском. естественный и количественный анализ рисков. Составление календарного плана проекта. Разработка расписания проекта: управление временем. Диаграмма Ганта. Определение критического пути проекта.
5	Процесс завершения проекта. Маркетинг проекта.	Завершение проекта. Этапы завершения. Подведение итогов и получение данных о результатах. Послепроектное обслуживание Гарантийное обслуживание. Подготовка кадров для эксплуатации проектов. Маркетинг проектов. Принципы построения систем информационного обеспечения. Структура баз данных и баз знаний. Критерии отбора проекта. План маркетинга. Основные функции маркетинга в управлении проектами

Программа учебной дисциплины
Б.1.В.ДВ.11.01 Технология речевого манипулирования в
медиакоммуникациях

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование навыков создания текстов массовой коммуникации с использованием манипулятивных приемов

Основными **задачами** курса являются:

- Понимание теоретических основ учебной дисциплины
- Развитие умений выявлять манипулятивные приемы и средства и оценивать их эффективность
- Овладение навыками создания текстов с использованием манипулятивных приемов

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина «Технология речевого манипулирования» относится к профессиональному циклу и входит в базовую часть

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию

ОПК-3

Студент должен:

Знать

- особенности устной и письменной речи русского и иностранного языка в сфере личностной коммуникации;
- основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения.
- основные методы, способы и средства получения и переработки информации;
- основные приемы самоорганизации и самообразования;

Уметь

- построить диалог на русском и иностранном языке в соответствии с заданными коммуникативными задачами;

Владеть

- навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов;
- навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,

Дисциплина «Технология речевого манипулирования в медиакоммуникациях» является предшествующей для таких дисциплин, как «Основы взаимодействия с медиа».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

ОК-6, ОПК-8, ПК-17

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6		
Контактная работа с преподавателем (всего)	72	36	36		
В том числе:					
Лекции	28	14	14		
Практические занятия (ПЗ)	44	22	22		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	72	36	36		
В том числе:					
Проект	18	4	14		
Работа с информационными источниками	24	16	8		
Анализ и интерпретация результатов	20	10	10		
Подготовка к дискуссии	10	6	4		
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		экзамен	зачет		
Общая трудоемкость 180 часов	180	108	72		
7 зачетных единиц	5	3	2		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Понятие манипуляции.	Манипуляция. Признаки манипуляции. Условия, необходимые для манипуляции. Виды манипуляции. Этапы манипулятивного воздействия
2.	Становление науки о воздействии и манипуляции	Учение о гегемонии А.Грамши. Социодинамика культуры. Психологическая доктрина
3.	Психологические основы манипулирования.	Мотив. Мотивация. Потребности. Скрытые потребности В.Паккарда. «Дифференцирующая стратегия» продвижения товаров и услуг.
4.	Механизмы манипулирования общественным мнением	Манипулятивные стратегии. Манипулятивные тактики. Манипулятивные приемы.
5.	Знаковые системы как инструмент манипуляции	Язык чисел. Язык запахов. Язык звуков. Язык образов. Мифы общественного сознания
6.	Способы трансформации информации как манипулятивные приемы	Нарушение постулата количества. Нарушение постулата качества информации. Паралогические приемы
7.	Язык как инструмент манипуляции	Семантическая структура слова. Дискретность имен. Языковая игра. Фонетические и грамматические ресурсы речевого воздействия .
8.	Метафоры как средство манипуляции	Ассоциативное мышление. Метафоры, их виды.
9.	Речевые манипулятивные приемы в рекламном тексте	Заголовок. «Вхождение в текст». Усилители текста.
10.	Универсальные техники	Техники убеждения. Аргументация цены. Стимулирование к совершению действия.

Программа учебной дисциплины

Б.1.В.ДВ.11.02 Речевое воздействие в медиакоммуникациях

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование навыков создания текстов массовой коммуникации с использованием манипулятивных приемов

Основными **задачами** курса являются:

- Понимание теоретических основ учебной дисциплины
- Развитие умений выявлять манипулятивные приемы и средства и оценивать их эффективность
- Овладение навыками создания текстов с использованием манипулятивных приемов

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (ОП):

Дисциплина «Речевое воздействие в медиакоммуникациях» относится к профессиональному циклу и входит в дисциплины по выбору вариативной части учебного плана.

Для успешного изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-6 способность к самоорганизации и самообразованию

Студент должен:

Знать

- особенности устной и письменной речи русского и иностранного языка в сфере личностной коммуникации;

- основы культуры речи и теории аргументации, приемы речевого воздействия и убеждения, правила и законы эффективного общения.

- основные методы, способы и средства получения и переработки информации;

- основные приемы самоорганизации и самообразования;

Уметь

- построить диалог на русском и иностранном языке в соответствии с заданными коммуникативными задачами;

Владеть

- навыками формулирования аргументированных умозаключений и выводов;

- навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию,

Дисциплина «Речевое воздействие в медиакоммуникациях» является предшествующей для таких дисциплин, как «Основы взаимодействия с медиа», преддипломная практика..

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

ОК-6, ОПК-8, ПК-17

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6		
Контактная работа с преподавателем (всего)	72	36	36		
В том числе:					
Лекции	28	14	14		
Практические занятия (ПЗ)	44	22	22		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	72	36	36		
В том числе:					
Проект	18	4	14		
Работа с информационными источниками	24	16	8		
Анализ и интерпретация результатов	20	10	10		
Подготовка к дискуссии	10	6	4		
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		экзамен	зачет		

Общая трудоемкость 180 часов	180	108	72		
7 зачетных единиц	5	3	2		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (в дидактических единицах)
1.	Понятие речевого воздействия.	Речевое воздействие. Понятие воздействия. Условия, необходимые для речевого воздействия. Виды речевого воздействия. Этапы манипулятивного воздействия
2.	Становление науки о речевом воздействии	Учение о гегемонии А.Грамши. Социодинамика культуры. Психологическая доктрина
3.	Виды речевого воздействия.	Доказывание, убеждение, внушение, принуждение, уговаривание.
4.	Механизмы речевого воздействия.	Стратегии и тактики речевого воздействия
5.	Знаковые системы как инструмент речевого воздействия	Язык чисел. Язык запахов. Язык звуков. Язык образов.
6	Способы трансформации информации как манипулятивные приемы	Нарушение постулата количества. Нарушение постулата качества информации. Паралогические приемы: нарушения закона тождества, нарушение закона противоречия, нарушение закона достаточного основания, нарушение закона исключенного третьего
7	Язык как инструмент речевого воздействия	Языковая игра как инструмент речевого воздействия. Семантика слова, его ресурсы как средства речевого воздействия. Фонетические и грамматические ресурсы речевого воздействия.
8.	Метафоры как средство речевого воздействия	Ассоциативное мышление. Метафоры, их виды.
9.	Речевые манипулятивные приемы в медиакommunikациях	Заголовок. «Вхождение в текст». Усилители текста.
10.	Универсальные техники воздействия	Техники убеждения. Аргументация цены. Стимулирование к совершению действия.

Программа учебной практики

Б2.В.01(У) Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков профессиональной деятельности

Рекомендуется для направления подготовки: 44.03.04 «Профессиональное обучение» (по отраслям) профиль Медиакommunikации

1. Цели квалификационной практики:

Целью квалификационной практики является формирование мотивационно-ценностного отношения к будущей профессиональной деятельности, информационно-коммуникативной компетентности будущих специалистов в области медиакommunikаций.

2. Задачи квалификационной практики:

Задачами квалификационной практики являются:

- формирование эффективных внутренних коммуникаций, создание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация к активной деятельности и развитию; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня студентов;
- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий кафедры;
- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

3. Место квалификационной практики в структуре образовательной программы (ОП):

Квалификационная практика включена в базовую часть ОП.

Для успешного прохождения практики студент должен обладать следующими компетенциями: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4).

Студент должен:

знать:

- основы гуманитарных дисциплин; многообразие культур в их взаимодействии;
- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде, основные функции и приемы менеджмента, основы социологии и социологических исследований, основы социологии и психологии массовых коммуникаций.
- значение в жизни человека и общества культурных традиций, ценностей и норм;

уметь:

- системно анализировать информацию;
- логически мыслить;
- работать с разноплановыми источниками информации
- осуществлять эффективный поиск информации и критически оценивать ее релевантность;
- получать, обрабатывать и интерпретировать информацию;
- преобразовывать информацию в знания;
- обосновывать, аргументированно доказывать свою позицию по различным проблемам, связанным с профессиональной деятельностью
- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения;
- генерировать новые идеи на основе имеющейся информации;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации коммуникационных кампаний и коммуникационных программ.
- использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности и межличностном общении;

владеть:

- способами современного научного познания на стыке гуманитарных, экономических и управленческих дисциплин;
- приемами аргументированного убеждения;
- приемами анализа и систематизации информации;
- приемами ориентирования в профессиональных источниках информации (журналы, сайты, информационные порталы и т.д.).

Квалификационная практика проводится без отрыва от аудиторных занятий.

Прохождение квалификационной практики является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Методика обучения технологии проектирования текстов медиакоммуникаций», «Основы взаимодействия с медиа», «Модели анализа текстов медиакоммуникации», «Основы брендинга», прохождения производственной практики.

4. Место и время проведения квалификационной практики

Практика проводится на базе кафедры теории коммуникации и рекламы ЯГПУ им. К.Д. Ушинского.

При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:

1. Наличие определенной функционально-организационной модели организации – базы практики.
2. Функциональная направленность на информационно-коммуникационную деятельность организации или структурного подразделения предприятия, в котором студент проходит квалификационную практику.
3. Укомплектованность организации – базы практики кадрами, обладающими высоким профессиональным уровнем и практическим опытом в сфере медиакоммуникаций.
4. Благоприятный психологический климат в коллективе (по итогам аттестации образовательного учреждения).
5. Высокий уровень материально-технической базы, соответствующей современным требованиям, обеспеченность нормативно-правовой документацией и профессионально-справочной литературой, техническими средствами, оборудованием, достаточным для овладения студентами современным инструментарием медиакоммуникаций.

Практика проводится в течение 2 недель на 1 курсе во 2 семестре. Группы формируются в составе до 15 человек на одного руководителя, являющегося работником профильной организации, в которую студент направляется для прохождения квалификационной практики.

5. Объем квалификационной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

3 зачетные единицы

2 недели

108 академических часов

6. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-6; ОПК-6; ПК - 15; ПК – 30.

7. Содержание квалификационной практики

7.1. Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы, или 2 недели, или 108 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач. ед.	Часы	
1.	Подготовительный 1. Участие установочной конференции. 2. Знакомство с Положением по учебной практике; правами и обязанностями в период практики; содержанием практики; правилами оформления отчетной документацией 3. Инструктаж по технике безопасности и охране труда. 4. Согласование плана учебной работы на практике. 5. Согласование перечня индивидуальных заданий.	0,0625	2,25	-Отметка в дневнике практике об участии в установочной конференции в вузе; - целеполагание студента в отношении своего профессионального развития на период практики; -образовательное целеполагание на период практики; - анализ плана работы на практике, составленного студентом; - отметка в дневнике о проведении инструктажа по технике безопасности и охране

				труда; (первичный).
2.	Начальный 1. Знакомство с предприятием - базой практики (спецификой деятельности, организационной структурой). 2. Знакомство с историей предприятия, миссией, стратегией развития. 3. Знакомство с общими правилами внутреннего распорядка предприятия. 4. Знакомство с основами корпоративной культуры, традициями, ценностями предприятия. 5. Знакомство с программой учебной практики. 6. Знакомство с условиями работы и рабочим местом. 7. Знакомство с составом рабочего коллектива. 8. Инструктаж по технике безопасности на рабочем месте	0,0625	2,25	- Отметка в дневнике практики; - инструктаж по технике безопасности на рабочем месте.
3.	Основной 1. анализ внешних и внутренних нормативно-справочных документов, регламентирующих деятельность по информационно-коммуникационной деятельности; 2. анализ специфики управления коммуникационными проектами предприятия – базы практики; 3. анализ проектной работы в процессе управления рекламной и PR- деятельностью; 4. анализ взаимодействия копирайтеров с руководителями и сотрудниками организации; 5. самостоятельное выполнение учебных заданий и взаимодействие с трудовым коллективом на период реализации практики.	2,75	99	- Отчет по результатам проведенной диагностики профессионального целеполагания, образовательного планирования; -выполнение плановых работ (отметки в дневнике); -присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практики от кафедры; -анализ и оценка выполненных работ (отчет по практике); - характеристика на студента с места практики.
4.	Заключительный 1. Комплектование и оформление отчетной документации. 2. Участие в заключительной конференции. 3. Выступление с докладом о результатах практики. 4. Подведение итогов практики	0,125	4,5	-Подготовка и оформление отчетной документации (Отчет, Дневник практики и др.); -подготовка выступления по итогам практики (Устный доклад, презентация); - участие в отчетной (итоговой) конференции; - профессиональная и образовательная самооценка (анализ и портфолио); - оценка результатов практики.

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период квалификационной практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1.	Подготовительный	Составление плана работы на практике
2.	Начальный	Описание базы практики

3.	Основной Выполнение всех видов работ студентом в период практики, включая решение конкретных профессиональных задач	1. организация работы по выбору направлений оптимизации отношений с внешней общественностью и релевантного жанрового инструментария (проведение аналитической работы по плану, составленному самостоятельно); 2. организация форм участия компании в ивент-мероприятиях (организация отбора коммуникативно-жанрового инструментария совместно с руководителем практики от предприятия – в соответствии с программой коммуникационной деятельности компании); 3. организация формы работы с внутренней и внешней общественностью (моделирование «портрета» представителя целевой общественности и отбор релевантных ему средств коммуникативного воздействия); 4. изучение, анализ продукции предприятия (или инновационных разработок) и выработка рекомендаций по оптимизации коммуникационной политики компании (выработка рекомендаций по оптимизации коммуникационной политики компании).
4.	Заключительный	Подготовка доклада на итоговую конференцию в вузе, Подготовка итоговой презентации

Программа производственной практики
Б2.В.02(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
(технологическая)

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
Профиль Медиакоммуникации

1. Цели практики:

Целью (название вида) практики является:

Целью производственной практики является: формирование мотивационно-ценностного отношения к будущей профессиональной деятельности; освоение умений практической работы по производству рекламы.

2. Задачи практики:

- обретение умений и навыков самостоятельной работы с трудовым коллективом на период реализации проекта;
- овладение содержанием, различными формами и методами производства рекламы;
- развитие ответственного и творческого отношения к достижению результата производственно-технологической деятельности;
- приобретение практического опыта в области экспертной и потребительской оценки результатов производственно-технологической деятельности;
- приобретение опыта взаимодействия с руководителями и сотрудниками организации – заказчика проекта и руководителями и сотрудниками организации – исполнителя проектных работ;
- приобретение практического опыта производственно-технологической деятельности в трудовом коллективе: анализ организационной структуры, особенностей функционирования, принятие и выполнение собственных должностных обязанностей, осознание и защита своих прав;

- накопление опыта аналитической и проектной работы в процессе управления рекламой при организации выставочно-ярмарочной деятельности;
- анализ внешних и внутренних нормативно-справочных документов, регламентирующих рекламную и выставочно-ярмарочную деятельность организации;

3. Место практики в структуре образовательной программы (ОП):

Практика включена в вариативную часть ОП. Для успешного прохождения практики студент должен обладать следующими компетенциями:

Выпускник, освоивший компетенцию «Способность к самоорганизации и самообразованию» (ОК-7):

знает

- основные методы, способы и средства получения и переработки информации;
- приемы работы с информацией;
- основные приемы самоорганизации и самообразования;
- технологии управления временем;

умеет

- распознавать информацию, полученную из разных источников, и системно анализировать ее;
- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения;
- распределять время для решения личных и профессиональных задач;
- распознавать ситуацию дефицита знаний и умений- основными методами решения учебных, профессиональных и общекультурных задач;

владеет

- технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации;
- приемами регуляции функционального состояния
- приемами организации рабочего места

Студент должен:

знать:

- описывать технологию целеполагания собственной профессиональной деятельности

- характеризовать средства осуществления самоорганизации и самообразования
- осознавать необходимость непрерывного самообразования

обладать умениями:

- осуществлять поиск профессионально-значимой информации в сети Интернет и других источниках

- использовать электронные образовательные ресурсы в целях самоорганизации и саморазвития

- разрабатывать план самообразования и самоорганизации

- выбирать средства самообразования и самоорганизации в соответствии с поставленными целями

владеть способами:

- основами работы с персональным компьютером
- целеполагания процесса собственного профессионального развития
- основами моделирования и оценки качества собственного образовательного маршрута и профессиональной карьеры

- навыками самоанализа, самооценки и самокоррекции
- навыками анализа и синтеза профессиональной информации и опыта с целью самообразования

Практика проводится с отрывом от аудиторных занятий.

Прохождение практики является необходимой основой для последующего изучения дисциплины, прохождения преддипломной практики и практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика), подготовки выпускной квалификационной работы.

4. Место и время проведения производственной практики

Практика проводится на базе организаций, активно участвующих в организации деятельности в сфере медиакоммуникаций.

При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:

6. Наличие определенной функционально-организационной модели организации-базы практики.
7. Функциональная направленность на деятельность организации или структурного подразделения предприятия в сфере медиакоммуникаций, в котором студент проходит производственную практику.
8. Укомплектованность организации – базы практики кадрами, обладающими высоким профессиональным уровнем и практическим опытом в сфере медиакоммуникации.
9. Благоприятный психологический климат в коллективе (по итогам аттестации образовательного учреждения).
10. Высокий уровень материально-технической базы, соответствующей современным требованиям, обеспеченность нормативно-правовой документацией и профессионально-справочной литературой, техническими средствами, оборудованием для проведения деятельности в сфере медиакоммуникаций

Практика проводится в течение 2 недель на 2 курсе в 4 семестре. Группы формируются в составе до 15 человек на одного руководителя, являющегося работником профильной организации, в которую студент направляется для прохождения производственной практики.

5. Объем производственной практики по организации выставочно-ярмарочной деятельности в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

3 зачетных единицы

2 недели

108 академических часов

6. Перечень планируемых результатов прохождения практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Практика направлена на формирование следующих компетенций:

Общепрофессиональных ОПК – 1; ОПК – 4;

профессиональных ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК - 15; ПК - 16; ПК - 17; ПК - 18; ПК - 19; ПК - 20; ПК - 21; ПК - 22; ПК - 23; ПК – 24; ПК - 25; ПК - 26; ПК - 27; ПК - 28; ПК - 29; ПК – 30;

специальных компетенций СК – 1; СК - 2.

7. Содержание практики

7.1. Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единицы, или 2 недели, или 108 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики*	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач. ед.	Часы	
1	Подготовительный 1. Участие установочной конференции. 2. Знакомство с Положением по производственной практике; правами и обязанностями в период практики; содержанием практики и производственными заданиями; правилами оформления отчетной документацией 3. Инструктаж по технике безопасности и охране труда.	0,125	4,5	-отметка в дневнике практике об участии в установочной конференции в вузе - целеполагание студента в отношении своего профессионального развития

	<p>4. Согласование плана производственной работы на практике.</p> <p>5. Согласование перечня индивидуальных заданий.</p> <p>6. Получение направлений на производственную практику</p>			<p>на период практики;</p> <p>-образовательное целеполагание на период практики;</p> <p>- анализ плана работы на практике, составленного студентом;</p> <p>- проверка наличия резюме и портфолио, подготовленного студентом к практике;</p> <p>- отметка в дневнике о проведении инструктажа по технике безопасности и охране труда; (первичный);</p>
2	<p>Начальный</p> <p>9. Знакомство с предприятием - базой практики (спецификой деятельности, организационной структурой).</p> <p>10. Знакомство с историей предприятия, миссией, стратегией развития.</p> <p>11. Знакомство с общими правилами внутреннего распорядка предприятия.</p> <p>12. Знакомство с основами корпоративной культуры, традициями, ценностями предприятия.</p> <p>13. Знакомство с программой производственной практики.</p> <p>14. Знакомство с условиями работы и рабочим местом.</p> <p>15. Знакомство с составом рабочего коллектива.</p> <p>16. Инструктаж по технике безопасности на рабочем месте</p>	0, 125	4,5	<p>- отметка в дневнике практики</p> <p>- инструктаж по технике безопасности на рабочем месте;</p>
3	<p>Основной</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ внешних и внутренних нормативно-справочных документов, регламентирующих выставочно-ярмарочную деятельность организации; - анализ специфики управления выставочно-ярмарочными проектами предприятия – базы практики; - анализ проектной работы в процессе управления рекламой при организации выставочно-ярмарочной деятельности; - анализ взаимодействия стейкхолдеров выставочно-ярмарочного проекта с руководителями и сотрудниками организации; - самостоятельное выполнение производственных заданий и взаимодействие с трудовым коллективом на период реализации проекта; - участие в организации потребительской и экспертной оценки результативности и эффективности проекта 	2,5	90	<ul style="list-style-type: none"> - Отчет по результатам проведенной диагностики проф.целеполагания, образовательного планирования; - Присутствие на рабочем месте на практике (табель); - Выполнение плановых работ (отметки в дневнике); - Присутствие на промежуточных консультациях с руководителем практики от кафедры; - Анализ и оценка выполненных работ (Отчет по практике); - Характеристика на студента с места практики.
4.	<p>Заключительный</p> <p>5. Комплектование и оформление отчетной документации.</p> <p>6. Участие в заключительной конференции,</p> <p>7. Выступление с докладом о результатах практики</p> <p>8. Подведение итогов практики</p>	0,25	9	<p>-Подготовка и оформление отчетной документации (Отчет, Дневник практики и др.);</p> <p>-Подготовка выступления по итогам практики (Устный доклад, презентация);</p> <ul style="list-style-type: none"> - Участие в отчетной (итоговой) конференции; - Профессиональная и образовательная самооценка (анализ и портфолио); - оценка результатов практики

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1	Подготовительный	Базовый: Профессиональная самооценка (резюме)
		Продвинутый: Образовательная самооценка и профессиональное целеполагание (резюме, портфолио)
		Творческий: Планирование профессионального развития (резюме, портфолио)
2	Начальный	Базовый: Модель организационной структуры предприятия с выделенной структурой, управляющей (выставочно-ярмарочной деятельностью) ВЯД;
		Продвинутый: Процессная модель деятельности предприятия с выделенным подпроцессом ВЯД
		Творческий: Оценка инновационной эффективности предприятия и репутационного капитала предприятия.
3	Основной	Базовый: Оценка результативности участия организации в ВЯД
		Продвинутый: Оценка эффективности участия организации в отраслевых выставках
		Творческий: Оценка влияния участия организации в отраслевых выставках на развитие организации
		Базовый: Участие в совещании по целеполаганию и планированию участия в отраслевых выставках или ярмарках (по стандартной методике)
		Продвинутый: Внесение ценных предложений по целеполаганию и планированию участия в отраслевой выставке или ярмарке с учетом конкретной ситуации и организационных особенностей.
		Творческий: Инициирование и проведение совещания топ-менеджеров по целеполаганию и планированию участия в отраслевой выставке или ярмарке
		Базовый: Проведение аналитической работы по плану, составленному совместно с руководителем практики от предприятия
		Продвинутый: Проведение аналитической работы по плану, составленному самостоятельно
		Творческий: Конструирование карты участия организации в выставках (ярмарках) с обоснованием.
		Базовый: Участие в организации отбора экспонатов и стендистов в соответствии с программой выставки под руководством руководителя практики от предприятия
		Продвинутый: Организация отбора экспонатов и стендистов совместно с руководителем практики от предприятия (в соответствии с программой выставки)
		Творческий: Составление и согласование сметы на участие в выставке совместно с с руководителем практики от предприятия; самостоятельное планирование и согласование участия в выставке.

		Базовый: Проведение заочного анкетирования потенциальных посетителей отраслевой выставки (ярмарки); анализ полученных результатов
		Продвинутый: Рассылка персональных приглашений на посещение выставки.
		Творческий: Разработка персональных приглашений на посещение выставки и посещение стенда организации; работа с потенциальными клиентами
		Базовый: Участие в строительстве корпоративного стенда на выставке под руководством руководителя практики от предприятия
		Продвинутый: Участие в разработке корпоративного стенда на выставке совместно с руководителем практики от предприятия
		Творческий: Участие в проектировании стенда и организация работы на стенде на выставке
4	Заключительный	Базовый: Анализ результативности участия организации в выставке (ярмарке)
		Продвинутый: Анализ эффективности участия организации в выставке (ярмарке)
		Творческий: Предложения по улучшению организации выставочно-ярмарочной деятельности предприятия
		Базовый: Профессиональное и образовательная самооценка (оценка результативности целеполагания на период практики)
		Продвинутый: Профессиональное и образовательная самооценка (подготовка резюме)
		Творческий: Профессиональное и образовательная самооценка (подготовка резюме, портфолио)
		Базовый: Участие в отчетной конференции с оформленной отчетной документацией
		Продвинутый: Участие в отчетной конференции с отчетной документацией, устным выступлением, презентацией портфолио
		Творческий: Участие в отчетной конференции с отчетной документацией, презентацией портфолио, активное участие в дискуссии по улучшению проведения производственной практики

Программа производственной практики
Б2. В.03. (П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая)

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цели практики:

Цель прохождения производственной (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) педагогической практики студентами по направлению подготовки: 44.03.04 Профессиональное обучение профиль

Медиакоммуникации закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося и приобретение ими практических навыков, компетенций в сфере профессиональной деятельности, опыта самостоятельной профессиональной работы, в ходе реального образовательного процесса в рамках непрерывного профессионального образования.

2. Задачи практики:

Задачами практики являются:

1. Знать составляющие профессиональной педагогической деятельности, связанных с преподаванием дисциплин экономического и предпринимательского профиля, и приобретение умений проведения занятия различных форм.

2. Уметь исследовать практики организации учебно-воспитательного процесса и приобретение умений проведения воспитательных мероприятий.

3. Владеть закреплением умений целеполагания, планирования и анализа работы по экономическим дисциплинам и внеучебной воспитательной работе.

Эти требования предусматривают подготовленность к выполнению следующих видов профессионально- педагогической деятельности:

- учебно-профессиональная;
- научно-исследовательская;
- организационно-технологическая.

3. Место практики в структуре образовательной программы (ОП):

Практика включена в вариативную часть ОП. Производственная практика входит в блок 2 Практики ФГОС ВО по направлению 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) профиль Медиакоммуникации.

Для успешного прохождения практики студент должен обладать следующими компетенциями:

- способность организовывать учебно-производственный (профессиональный) процесс через производительный труд (ПК-24);
- способность организовывать и контролировать технологический процесс в учебных мастерских, организациях и предприятиях (ПК-25);
- готовность к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях (ПК-26);
- готовность к организации образовательного процесса с применением интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих, служащих, специалистов среднего звена (ПК-27);
- готовность к конструированию, эксплуатации и техническому обслуживанию учебно-технологической среды для практической подготовки рабочих, служащих, специалистов среднего звена (ПК-28);
- готовность к адаптации, корректировке и использованию технологий в профессионально-педагогической деятельности (ПК-29);
- готовность к организации деятельности обучающихся по сбору портфеля свидетельств образовательных и профессиональных достижений (ПК-30);
- способность проводить анализ, обработку и интерпретацию данных, необходимых для решения поставленных учебно-дидактических задач (СК-1);
- способность применять количественные и качественные методы анализа и оценки при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (СК-4).

В результате прохождения производственной (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) педагогической практики обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1)Знать

- методологию педагогических исследований проблем образования (обучения, воспитания, социализации);

– закономерности психического развития и особенности их проявления в учебном процессе в разные возрастные периоды;

– правила профессиональной этики;

– современные методики и технологии, в том числе интерактивные (проект, проблемное обучение, дебаты, коллажирование и т.д.) и правила их использования на конкретной образовательной ступени

– активные и интерактивные формы проведения занятий и внеклассной работы по предмету.

2) Уметь

– бесконфликтно общаться с субъектами педагогического процесса;

– умение собирать и интерпретировать нужную информацию;

– умение организовать внеучебную деятельность обучающихся;

– умение использовать различные формы, методы, средства организации разнотипной работы с коллективом;

– умение грамотно и правильно (в соответствии с предложенными критериями) представить анализ проведенного мероприятия;

– умения использовать эффективные способы взаимодействия с различными субъектами педагогического процесса;

– умение сравнивать результаты с поставленной целью;

– умение анализировать свою деятельность;

– умение самостоятельно определять цель исследования, подбирать методы исследования, адаптировать их к реальным условиям;

– умение разрабатывать критерии и показатели изучаемой проблемы;

– умение изучать обучающегося с помощью психолого-педагогических методов и методик исследования;

– умение организовать коллективную, групповую и индивидуальную деятельность с обучающимися;

– умение применять современные методики и технологии обучения;

3) Владеть

– речевой профессиональной культурой и применять ее в различных ситуациях общения;

– умениями и навыками профессиональной деятельности;

– владение технологией целеполагания и планирования;

– способами проектной и инновационной деятельности в образовании;

Практика проводится с отрывом от аудиторных занятий.

Прохождение практики является необходимой основой для последующей подготовки ВКР.

4. Место и время проведения производственной практики

Прохождение производственной (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) педагогической практики осуществляется в учреждениях высшего, среднего и дополнительного профессионального образования, учебно-курсовой сети предприятий, учреждений и организаций, а также центров по подготовке, переподготовке и повышению квалификации рабочих и специалистов службы занятости населения.

Производственная (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) педагогическая практика проводится в 6 семестре третьего курса.

Её продолжительность – 4 недели, в объеме 216 часов (6 з.е.). Конкретные даты начала и окончания технологической практики устанавливаются ежегодно графиком учебного процесса.

При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:

- соответствие базы практики направлению обучения;
- обеспечение квалифицированным руководством;
- возможность сбора в период практики материалов для отчета по практике;
- наличие условий для приобретения навыков работы по специальности.

Группы формируются в составе не менее 2 человек на одного группового руководителя.

5. Объем производственной практики по организации выставочно-ярмарочной деятельности в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

6 зачетных единиц

216 академических часов

6. Перечень планируемых результатов прохождения практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Практика направлена на формирование следующих компетенций:

Общекультурные: ОК-7, ОК-9

Общепрофессиональных ОПК – 1; ОПК – 4;

профессиональных ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК - 15; ПК - 16; ПК - 17; ПК - 18; ПК - 19; ПК - 20; ПК - 21; ПК - 22; ПК - 23; ПК – 24; ПК - 25; ПК - 26; ПК - 27; ПК - 28; ПК - 29; ПК – 30;

специальных компетенций СК – 1; СК - 2.

7. Содержание практики

7.1. Общая трудоемкость практики составляет 6зачетных единиц, или 4 недели, или 216часа.

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач. ед.	Часы	
1	Подготовительный (инструктаж по технике безопасности)	0,2	2	Отчет, дневник о прохождении практики
2	Начальный (проведение установочной конференции, знакомство с организацией, проведение инструктажа на рабочем месте, характеристика видов деятельности, организации отчетных документов, предоставление информации о требованиях административного контроля, правилах противопожарной, санитарно-гигиенической, террористической безопасности)	0,15	6	Отчет, дневник о прохождении практики
3	Основной (включающий в себя все виды работ, выполняемых студентом в период практики, включая решение конкретных профессиональных задач)	3	108	Отчет, дневник о прохождении практики
3.1	Исследование практики проведения вводного занятия			Отчет, дневник о прохождении практики
3.2	Исследование практики проведения занятия по усвоению новых знаний			Отчет, дневник о прохождении практики
3.3	Исследование организации проведения занятий по применению знаний на практике			Отчет, дневник о прохождении практики
3.4	Исследование практики проведения занятий комбинированного характера			Отчет, дневник о прохождении практики
3.5	Исследование практики проведения занятий по систематизации и обобщению усвоенного			Отчет, дневник о прохождении

	учебного материала			практики
3.6	Исследование практики проведения занятий контрольного характера.			Отчет, дневник о прохождении практики
3.7	Исследование практики проведения занятий бинарного характера			Отчет, дневник о прохождении практики
3.8	Исследование практики проведения воспитательных мероприятий			Отчет, дневник о прохождении практики
4	Заключительный (проведение заключительной конференции, подведение итогов практики оформление отчетной документации)	0,8	28	Отчет, дневник о прохождении практики

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1	Подготовительный (инструктаж по технике безопасности)	1. Усвоить целевую информацию по охране труда и получить доступ к работе. 2. Заполнить таблицу инструктажа по охране труда и технике безопасности (вводный инструктаж) и скрепить своей подписью подтверждение освоенной целевой информации. 3. Оформить дневник практики.
2	Начальный (проведение установочной конференции, знакомство с организацией, проведение инструктажа на рабочем месте)	1. Участвовать в установочной конференции, усвоить информацию об организации педагогической практики в соответствии с программно-нормативными требованиями. 2. Усвоить целевую информацию по охране труда (повторный инструктаж на рабочем месте) и получить доступ к работе. 3. Заполнить таблицу инструктажа по охране труда и технике безопасности (повторный инструктаж на рабочем месте) и скрепить своей подписью подтверждение освоенной целевой информации. 3. Изучить материалы об организации, предоставившей базу для проведения педагогической практики (ЯГПУ им. К.Д. Ушинского): историю, документы, регулирующие организацию деятельности в соответствии с уставом. 4. Изучить и описать информацию о кафедре экономики и управления физико-математического факультета ЯГПУ им. К.Д. Ушинского: <ul style="list-style-type: none"> • историю создания кафедры; • основные направления работы кафедры экономика и управления; • нормативно-правовые документы, регламентирующие образовательную деятельность кафедры • ФГОС • образовательную программу, • рабочую программу по преподаваемой дисциплине; • сведения о преподавателях кафедры экономики и управления; сведения об учебном контингенте. 5. Оформить дневник практики.

3	Основной(включающий в себя все виды работ, выполняемых студентом в период практики, включая решение конкретных профессиональных задач). Оформление планов-конспектов занятий разных форм при подготовке занятий по курсам экономического, педагогического профиля.	1.Разработать планы-конспекты занятий разных форм при подготовке занятий по курсам экономического, педагогического профиля на основе нормативно-правовых документов, регламентирующих образовательную деятельность кафедры. 2.Оформить дневник практики по каждому проделанному элементу задания.
3.1	Исследование практики проведения вводного занятия	3.1.1. Провести вводное занятие по разработанному плану-конспекту. 3.1. 2. Составить самоанализ вводного занятия. 3.1.3.Оформить дневник практики
3.2	Исследование практики проведения занятия по усвоению новых знаний	3.2.1.Провести занятие по усвоению новых знаний по разработанному плану-конспекту 3.2. 2. Составить самоанализ занятия по усвоению новых знаний 3.2.3. Оформить дневник практики
3.3.	Исследование организации проведения занятий по применению знаний на практике	3.3.1. Провести занятие по применению знаний на практике по разработанному плану-конспекту. 3.3. 2. Составить самоанализ занятия по применению знаний на практике. 3.3.3. Оформить дневник практики
3.4	Исследование практики проведения занятий комбинированного характера	3.4.1.Провести занятие комбинированного характера на практике по разработанному плану-конспекту. 3.4. 2. Составить самоанализ занятия комбинированного характера. 3.4.3. Оформить дневник практики
3.5	Исследование практики проведения занятий по систематизации и обобщению усвоенного учебного материала	3.5.1.Провести занятие по систематизации и обобщению усвоенного учебного материала по разработанному плану-конспекту. 3.5. 2. Составить самоанализ занятия по систематизации и обобщению усвоенного учебного материала. 3.5.3. Оформить дневник практики
3.6	Исследование практики проведения занятий контрольного характера.	3.6.1. Провести занятие контрольного характера по разработанному плану-конспекту. 3.6. 2. Составить самоанализ занятия контрольного характера. 3.6.3. Оформить дневник практики
3.7	Исследование практики проведения занятий бинарного характера	3.7.1. Провести занятие бинарного характера по разработанному плану-конспекту. 3.7. 2. Составить самоанализ занятия бинарного характера. 3.7.3. Оформить дневник практики
3.8	Исследование практики проведения воспитательных мероприятий	3.8.1. Разработать планы-конспекты занятий воспитательного характера по вопросам :а) вреда курения; б) вреда употребления алкоголя. 3.8. 2. Составить самоанализ проведенных воспитательных мероприятий. 3.8.3. Оформить психологический портрет обучающегося. 3.8.3. Оформить дневник практики
4	Заключительный (проведение заключительной конференции, подведение	1. Оформить отчетную документацию в соответствии с индивидуальным заданием студента 2. Предоставить отчет по практике, дневник, документы, означенные в приложениях к настоящей программе.

	итогах оформление документации)	практики, отчетной	3. Подготовить презентацию и выступление по защите результатов практики. 4. Защитить результаты проведенной работы в ходе заключительной конференции по практике.
--	---------------------------------------	-----------------------	--

Программа производственной практики
Б2.В.04(П) Производственная практика по получению
профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
(преддипломная)

Рекомендуется для направления подготовки:
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
профиль Медиакоммуникации

1. Цели практики:

Целью производственной практики, по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (преддипломной) является: закрепление и углубление теоретических знаний обучающегося и приобретение им практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности, опыта самостоятельной профессиональной деятельности, практических навыков исследовательской деятельности, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение Медиакоммуникации.

2. Задачи практики:

Задачами практики являются:

1. знать теоретические и практические аспекты материала за весь курс обучения;
2. уметь самостоятельно развивать аналитические и исследовательские навыки;
3. уметь совершенствовать умения по сбору, аналитико-синтетической обработке и интерпретации данных для решения профессиональных и научно-исследовательских задач;
4. владеть мотивацией профессиональной научно-педагогической деятельности;

3. Место практики в структуре образовательной программы (ОП):

Практика включена в вариативную часть ОП. Учебная практика входит в блок 2 Практики ФГОС ВО по направлению 44.03.04 Профессиональное обучение профиль Медиакоммуникации.

В соответствии со структурой ОП обеспечивается наличие следующих компетенций:

Выпускник, освоивший компетенцию «Способность к самоорганизации и самообразованию» (ОК-7):

Студент должен:

знать:

- описывать технологию целеполагания собственной профессиональной деятельности
 - характеризовать средства осуществления самоорганизации и самообразования
 - осознавать необходимость непрерывного самообразования
- обладать умениями:

- осуществлять поиск профессионально-значимой информации в сети Интернет и других источниках
- использовать электронные образовательные ресурсы в целях самоорганизации и саморазвития
- разрабатывать план самообразования и самоорганизации
- выбирать средства самообразования и самоорганизации в соответствии с поставленными целями
- владеть способами:
 - основами работы с персональным компьютером
 - целеполагания процесса собственного профессионального развития
 - основами моделирования и оценки качества собственного образовательного маршрута и профессиональной карьеры
 - навыками самоанализа, самооценки и самокоррекции
 - навыками анализа и синтеза профессиональной информации и опыта с целью самообразования

4. Место и время проведения производственной практики, по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (преддипломная). Место прохождения практики определяется рамками обеспечения реализации исследовательского интереса автора ВКР. Поскольку темы для ВКР могут иметь педагогическую и экономическую направленность, то, по согласованию с научным руководителем обучающегося в рамках выполнения ВКР, это могут быть структуры и педагогической, и предпринимательской сферы организации труда.

При выборе баз практики необходимо руководствоваться следующими критериями:

- соответствие базы практики направлению обучения;
- обеспечение квалифицированным руководством;
- возможность сбора в период практики материалов для отчета по практике;
- наличие условий для приобретения навыков работы по специальности.

Практика проводится в течение 6 недель на 4 курсе в 8 семестре. Группы формируются в составе более 2 человек на одного группового руководителя.

5. Объем производственной практики, по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (преддипломной) в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

6 недель

9 зачетных единиц

324 академических часа

6. Перечень планируемых результатов прохождения практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Практика направлена на формирование следующих компетенций:

Общепрофессиональных ОПК – 1; ОПК – 4;

профессиональных ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК - 15; ПК - 16; ПК - 17; ПК - 18; ПК - 19; ПК - 20; ПК - 21; ПК - 22; ПК - 23; ПК – 24; ПК - 25; ПК - 26; ПК - 27; ПК - 28; ПК - 29; ПК – 30;

специальных компетенций СК – 1; СК - 2.

7. Содержание практики

7.1. Общая трудоемкость практики составляет 9 зачетных единиц, или 6 недель, или 324 часа.

Содержание практики

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики	Общая трудоемкость		Формы текущего контроля
		Зач. ед.	Часы	

1	Подготовительный этап Инструктаж по технике безопасности, составление плана практики, согласование индивидуальных заданий, выполняемых в период практики.	0,05	2	Отчет, дневник о прохождении практики
2	Начальный этап Проверка портфолио, проверка методических материалов, проверка наличия выполнения ежедневного плана	0,2	8	Отчет, дневник о прохождении практики
3	Основной Проверка конспектов и статей по теме исследования, предоставление текстов выступления на научных конференциях, проверка выполнения ежедневного задания, составление отчета по практике.	4	180	Отчет, дневник о прохождении практики
4	Заключительный этап Предоставление отчетной документации и заполненного плана ежедневной работы с подписью руководителя практики, выступление на заключительной конференции.	3,75	134	Отчет, дневник о прохождении практики

7.2. Индивидуальные задания, выполняемые студентом в период практики

№ п/п	Этап практики	Задания, выполняемые студентом
1	Подготовительный	1. Установочная конференция в ВУЗе; 2. Разработка плана работы на практику; 3. Согласование индивидуальных заданий, выполняемых в период практики; 4. Инструктаж по технике безопасности и охране труда.
2	Начальный	1. Сбор, обработка и систематизация имеющегося научно-методического материала по теме исследования. Осуществление составления полного библиографического списка по теме исследования. 2. Разработка методических материалов по организации педагогического процесса; 3. Заполнение дневника педагогической практики.
3	Основной	1. Разработка материалов научно-исследовательского характера по теме исследования; 2. Создание текста, отражающего апробацию авторских методических разработок; 3. Разработка методических рекомендаций для участников образовательного процесса по теме исследования; 4. Выполнение ежедневного плана работы; 5. Встречи с руководителем практики.
4	Заключительный	1. Оформление отчетной документации (по результатам поиска литературы по теме исследования, по результатам выполнения плана работы, по результатам создания текста, отражающего апробацию авторских методических разработок и рекомендаций к ним); 2. Выполнение ежедневного плана работы, заверенного подписью педагога, к которому прикреплен практикант; 3. Оформление отчетной документации и дневника практики; 4. Участие в итоговой конференции в образовательном учреждении и ВУЗе.

