

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качество образования первый
проректор
Иванов А.Г.
« 30 » _____ 2017 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.07.02 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление

подготовки/специальность – 42.04.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) /

специализация – «Работа ведущего теле- и радиопередач»

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки – академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения – заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника – магистр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины Социальная реклама составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, программа подготовки «Работа ведущего теле- и радиопередач»

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

И.А. Мальцева, доц., канд. филол. наук
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Социальная реклама утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа протокол № 13 «15» июня 2017г.

И.о. заведующего кафедрой (разработчика) Мальцева И.А.
фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры электронных СМИ и новых медиа протокол № 13 «15» июня 2017г.

И.о. заведующего кафедрой (выпускающей) Мальцева И.А.
фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 07-17 «21» июня 2017г.

Председатель УМК факультета Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Лучинский Ю.В., д-р филол. наук, профессор, заведующий кафедрой истории и правового регулирования

Кумунджиева Д.М., руководитель дирекции публицистических и развлекательных программ ГУП КК «Телерадиокомпания НТК»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины рассмотреть социально-экономическую сущность коммуникационного менеджмента, его содержание, инструменты и варианты практического использования.

1.2 Задачи дисциплины:

- Научить творческому мышлению при разработке и анализе социальной рекламы;
- Находить нестандартные решения в сложных ситуациях;
- Принимать обоснованные решения в постоянно меняющихся условиях внешней среды с целью обеспечения жизнеспособности производственно-коммерческих структур.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Социальная реклама» относится к дисциплинам по выбору части Б1 «Дисциплины (модули) учебного плана». Знания и навыки, полученные в ходе изучения курса «Социальная реклама» необходимы для работы магистранта с творческими заданиями, изучении дисциплин соответствующей профилизации, прохождения производственной практики. Дисциплина базируется на уже сформированных предшествующих таких дисциплин: «Деонтология журналистики», «Современные теории массовой коммуникации» - последующие «Инновационные технологии в теле-, радиожурналистике».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: *ПК 2, ПК 3, ПК 7*

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК 2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	Различные виды редакционной работы в электронных СМИ, основы менеджмента	Выполнять редакционную работу в электронных СМИ, применять на практике навыки к коммуникации	Навыками создания медийных проектов повышенной сложности в электронных СМИ
2	ПК 3	Готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	особенности организационных, координационных, контролируемых обязанностей в электронных СМИ	использовать полученные знания по планированию в практической профессиональной деятельности в электронных СМИ	ключевыми понятиями и базовыми категориями основ медиапланирования и проектирования в электронных СМИ
3	ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных	принципы обоснования актуальности исследования программы и	разрабатывать методику теле-, радиосценарие в, выполнять	навыками самостоятельной научно-исследовательской

		принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	методики медиаисследований, принципы анализа	медиапроектирование	деятельности в медиасфере
--	--	--	--	---------------------	---------------------------

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			6			
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		10	10			
Занятия лекционного типа		-	-	-	-	-
Лабораторные занятия		-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		10	10	-	-	-
		-	-	-	-	-
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-	-			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:		22	22			
Курсовая работа		-	-	-	-	-
Проработка учебного (теоретического) материала		10	10	-	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		12	12	-	-	-
Реферат		-	-	-	-	-
Подготовка к текущему контролю		-	-	-	-	-
Контроль:		3,8	3,8			
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.	36	36	-	-	-
	в том числе контактная работа	10,2	10,2	-	-	-
	зач. ед	1	1	-	-	-

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые на 6 курсе:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7

1	Социальная реклама в системе общественно-коммуникативных процессов	14	-	2	-	4
2	Стратегический менеджмент компании и вопросы её социальной и культурной значимости	12	-	-	-	4
3	Специфика проектирования социального рекламного сообщения	14	-	2	-	2
4.	Коммуникационный менеджмент как процесс передачи информации и построения корпоративной культуры.	12	-	2	-	6
5	Рекламный менеджмент и проверка эффективности рекламных мероприятий	12	-	2	-	4
6.	Итоговое занятие. Зачет.	4	-	2	-	2
	<i>Всего:</i>		-	10	-	22

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

Лекции не предусмотрены.

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Социальная реклама в системе общественно-коммуникативных процессов	Понятие социальной рекламы и ее отличие от других видов рекламы. Особая роль социальной рекламы в жизни общества, ее масштабы и значение	Практич. задания
2.	Стратегический менеджмент компании и вопросы её социальной и культурной значимости	Проблемы взаимосвязи и взаимопроникновения. Направленность социальной рекламы, особенности этническо-культурных традиций	Практич. задания
3.	Специфика проектирования социального рекламного сообщения	Проектирование социальной рекламы: дизайн, визуализация и вербальная составляющая социальной рекламы. Дизайн в социальной рекламе. Основы композиции.	Практич. задания
4.	Коммуникационный менеджмент как процесс передачи информации и построения	Коммуникационный менеджмент как процесс: постановки цели, сбор и анализ информации, выбор аудитории и средств коммуникации, стратегическое	Круглый стол

	корпоративной культуры.	планирование, мотивация участников, контроль результатов.	
5.	Рекламный менеджмент и проверка эффективности рекламных мероприятий	Способы анализа эффективности социальной рекламы. Критерии эффективности социальной рекламы. Ведущие исследовательские организации в области рекламной деятельности в России и за рубежом, их оценка деятельности и эффективности социальной рекламы.	Реферат

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия - не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы - не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Реферат	1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 269 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F 2. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 75 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C 3. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 179 с. — (Серия : Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F. 4. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044 5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по

		самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017
2.	<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 269 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F 2. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 75 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C 3. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 179 с. — (Серия : Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F. 4. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044 5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций. **Практические задания** требуют от обучающихся не простого воспроизводства информации, а творчества,

поскольку задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Формами текущего и промежуточного контроля является выполнение рефератов и устные опросы.

4.1.1 Примерные темы рефератов

1. Роль социальной рекламы в коммуникациях современного общества.
2. Социальная реклама и ее роль в механизмах саморегуляции общества.
3. Влияние социальной рекламы на жизнь личности, социальных групп и общества.
4. Идеи и инновации современной социальной рекламы.
5. Социальная реклама как диагностика общественного мнения.
6. Проблемы этики в социальной рекламе.
7. Социальная реклама и средства массовой информации.
8. Традиции социальной рекламы в различных обществах.
9. Социальная и политическая реклама.
10. Рекламная деятельность как явление экономики, социальной психологии и культуры.
11. Психологические основы рекламной коммуникации.
12. Социальная реклама как средство психологического воздействия.
13. Влияние стереотипов на восприятие содержания социальной рекламы.
14. Социальная реклама как элемент национальной культуры.
15. Проблема отношения общества к социальной рекламе.
16. Шок как прием социальной рекламы.
17. Юмор как прием социальной рекламы.
18. Манипулятивные приемы в социальной рекламе.
19. Правовое регулирование и этическое саморегулирование в социальной рекламе: международный и российский опыт.
20. Этические проблемы использования социальной тематики в коммерческой рекламе.
21. Социальная тематика в корпоративной рекламе.
22. Социальные проекты как технология создания репутационного капитала компании (бренда).

Вопросы для круглого стола:

- 1 Реклама и ценностные ориентации общества.
- 2 Роль социальной рекламы в коммуникациях современного общества.
- 3 Социальная реклама и ее роль в механизмах саморегуляции общества.
- 4 Влияние социальной рекламы на жизнь личности, социальных групп и общества.
- 5 Современные стратегии социальной рекламы.
- 6 Идеи и инновации современной социальной рекламы.
- 7 Социальная реклама как диагностика общественного мнения.
- 8 Проблемы этики в социальной рекламе.
- 9 Эффективность социальной рекламы.
- 10 Изготовление и размещение социальной рекламы.
- 11 Социальная реклама и средства массовой информации.
- 12 Социальные проблемы рынка рекламы.

- 13 Наружная социальная реклама и мегаполис.
- 14 Традиции социальной рекламы в различных обществах.
- 15 Интернациональная социальная реклама.
- 16 Феномен социальной рекламы и модели образа жизни.
- 17 Проблема скрытой рекламы.
- 18 Социальная и политическая реклама.
- 19 Социальная и некоммерческая реклама.
- 20 Социальные институты, продуцирующие различные виды социальной рекламы.
- 21 Производство и тиражирование социальной рекламы.
- 22 Социальная реклама и массовая культура.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для итоговой формы контроля (зачет)

1. Какую роль сыграло русское народное творчество в зарождении социальной рекламы?
2. Какие профессиональные предпосылки социальной рекламы сложились в России 19 века?
3. Какая тематика была характерна для советской социальной рекламы конца 1910-х - начала 1930-х гг.?
4. Определите специфику социальной рекламы периода Великой Отечественной войны.
5. Опишите основные особенности советской социальной рекламы второй половины 20 века.
6. Какое развитие прошла социальная реклама в постсоветской России?
7. Каковы истоки возникновения западноевропейской социальной рекламы?
8. Опишите развитие социальной рекламы в США.
9. Какова история социальной рекламы в Великобритании?
10. Охарактеризуйте становление социальной рекламы в Германии.
11. Перечислите основные подходы к определению понятия «социальная реклама».
12. Какие смыслы несет в себе определение рекламы в качестве социальной?
13. Разграничьте понятия «социальная реклама», «агитация» и «пропаганда».
14. Каковы основные различия социальной и коммерческой рекламы?
15. Назовите цель и основные задачи социальной рекламы.
16. Перечислите функции социальной рекламы.
17. В чем заключаются специфика некоммерческой, общественной и государственной рекламы?
18. Каковы основные каналы распространения социальной рекламы?
19. Какова специфика социальной рекламы здорового образа жизни?
20. Приведите примеры экологической социальной рекламы.
21. Охарактеризуйте социальную рекламу, популяризирующую гражданские права и обязанности.
22. В чем особенности социальной рекламы равных прав и социальных гарантий?
23. Приведите примеры социальной рекламы безопасности жизнедеятельности человека.
24. В чем специфика социальной рекламы тенденций развития общества?
25. Каковы основные субъекты деятельности по созданию социальной рекламы?
26. Перечислите основных рекламодателей социальной рекламы.
27. Охарактеризуйте роль социальной рекламы в системе социального маркетинга.
28. Каким образом реализуется креативное начало при создании социальной рекламы?
29. Каким образом в социальной рекламе используются эмоциональные и нравственные мотивы?
30. Приведите примеры манипулятивных техник в социальной рекламе.

31. Каковы основные особенности аргументации в социальной рекламе?
32. В чем заключается специфика визуализации в социальной рекламе?
33. Раскройте специфику печатной социальной рекламы.
34. Каковы основные преимущества и недостатки радио и телевизионной социальной рекламы?
35. В чем заключаются особенности социальной рекламы в сети Интернет?
36. Раскройте понятие коммуникативной эффективности социальной рекламы.
37. Какие методы измерения эффективности социальной рекламы используются в ходе ее претеста и посттеста?
38. Назовите основные направления измерения эффективности социальной рекламы.
39. Перечислите основные методы измерения эффективности социальной рекламы.
40. Опишите механизм психологического воздействия социальной рекламы.
41. Назовите факторы привлечения произвольного и непроизвольного внимания.
42. Раскройте понятия добросовестной и достоверной рекламы.
43. Перечислите основные законы, регулирующие производство социальной рекламы в современной России.
44. Какие основные признаки приписывает законодательство РФ социальной рекламе?
45. Какие задачи решает государство посредством размещения социальной рекламы?
46. Каким образом социальная реклама отражает характер общественных отношений и нужд общества?
47. Охарактеризуйте роль социальной рекламы в борьбе с социальным нездоровьем.
48. Чем определяется отношение населения к социальной рекламе?
49. Какова роль социальной рекламы в развитии национальной культуры и духовности народа?
50. Какова роль социальной рекламы в процессе социализации?
51. Сопоставьте основных участников рынка социальной рекламы в России и за рубежом.
52. Назовите координирующие органы социальной рекламы и их функции за рубежом и в России.
53. Охарактеризуйте уровень и формы законодательного регулирования сферы социальной рекламы в России и
54. странах Запада.
55. Назовите характерные особенности российского рынка социальной рекламы.
56. Раскройте причины неразвитости рынка социальной рекламы в современной России.
57. Кто выступает основными рекламодателями социальной рекламы в современной России?
58. Охарактеризуйте тематику социальной рекламы в современной России.
59. Какие основные характеристики присущи современной зарубежной социальной рекламе?
60. Охарактеризуйте законодательную основу социальной рекламы в странах Запада.
61. Приведите примеры западноевропейской социальной рекламы.
62. В чем заключается специфика современной социальной рекламы в США?
63. Охарактеризуйте развитие социальной рекламы на востоке (Китай, Япония и т.д.).

Критерии оценки

Зачет проводится устной форме по билетам, которые включают два теоретических вопроса и выполнение творческого задания. Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

«Зачтено» ставится, если студент отвечает на вопросы устного собеседования, владеет основными терминами и понятиями по теме курса, может привести примеры из современной практики в сфере отечественной и зарубежной журналистики,

«Не зачтено» ставится, если студент не знает ответа на вопросы устного собеседования, не знает базовых определений по теме курса, не может привести примеры из практической отечественной и зарубежной журналистики.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете;
- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;
- при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 269 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3737-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F
2. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 75 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C
3. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 179 с. — (Серия : Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F.
4. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044.

5.2 Дополнительная литература:

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учебное пособие для

- вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 289 с. — (Серия : Авторский учебник).
2. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 236 с. — (Серия : Авторский учебник).
 3. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 258 с. — (Серия : Авторский учебник).
 4. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 373 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс).
 5. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и пр : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 391 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).

5.3. Периодические издания:

1. «Медиаскоп», электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru>
2. "Главный редактор". Ежемесячный профессиональный журнал по медиабизнесу.
3. "Медиа бизнес" «МЕДИАБИЗНЕС». Журнал представляет собой площадку для обмена опытом медиа-менеджеров, учебник для тех, кто хочет повысить квалификацию, руководство к действию и сборник практических методик и анализа передового опыта. Все аспекты функционирования современного медийного предприятия и главный аспект — получение дохода и прибыли.
4. "Со-Общение". Ежемесячный специализированный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях. Журнал посвящен проблематике интеллектуального бизнеса и основным направлениям гуманитарных технологий: PR, консалтингу, брэндингу, рекламе, политическим технологиям, менеджменту, традиционным и современным методикам маркетинговых и социологических исследований.
<http://www.soob.ru>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. www.biblioclub.ru - информационно-образовательный проект, предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно- методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе;
2. www.knigafund.ru - информационно-образовательный проект, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно-методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена

методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.
- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.
- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.
- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- проведение практических занятий,
- проведение лабораторных занятий.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний в виде таблиц. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между

преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Использование электронных презентаций при проведении практических занятий

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование следующих компьютерных программ: Microsoft Word; AdobeReader; Microsoft Power Point.

8.3 Перечень информационных справочных систем:

- Информационно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://garant.ru/>
- Информационно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://consultant.ru/>
- ЭБС Издательство «Лань» [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com;);
- ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: www.biblioclub.ru.
- ЭБС «Юрайт» [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: www.biblio-online.ru

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Семинарские занятия	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. №304,305,404,406,407,408,409, 411 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
2.	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. №202,306,307,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд. 310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд. 410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд. 412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.;

		ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
4.	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 401 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 10 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт)