

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

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор  
Хатуров Т.А.  
подпись  
«» 2018 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 2018

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 № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.  
фамилия, инициалы

  
подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) электронных СМИ и новых медиа протокол № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.  
фамилия, инициалы

  
подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.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-, радиосценариев, 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               |             |   |   |   |
| <b>Контактная работа, в том числе:</b>                                |                                      |                 |             |   |   |   |
| <b>Аудиторные занятия (всего):</b>                                    | <b>10</b>                            | <b>10</b>       |             |   |   |   |
| Занятия лекционного типа  | -                                    | -               | -           | - | - |   |
| Лабораторные занятия  | -                                    | -               | -           | - | - |   |
| Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)            | 10                                   | 10              | -           | - | - |   |
|   | -                                    | -               | -           | - | - |   |
| <b>Иная контактная работа:</b>  |                                      |                 |             |   |   |   |
| Контроль самостоятельной работы (КСР)                                 | -                                    | -               |             |   |   |   |
| Промежуточная аттестация (ИКР)  | 0,2                                  | 0,2             |             |   |   |   |
| <b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>                           | <b>22</b>                            | <b>22</b>       |             |   |   |   |
| Курсовая работа   | -                                    | -               | -           | - | - |   |
| Проработка учебного (теоретического) материала                        | 10                                   | 10              | -           | - | - |   |
| Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций) | 12                                   | 12              | -           | - | - |   |
| Реферат   | -                                    | -               | -           | - | - |   |
|   |                                      |                 |             |   |   |   |
| Подготовка к текущему контролю  | -                                    | -               | -           | - | - |   |
| <b>Контроль:</b>  | <b>3,8</b>                           | <b>3,8</b>      |             |   |   |   |
| Подготовка к экзамену   |                                      |                 |             |   |   |   |
| <b>Общая трудоемкость</b>   | <b>час.</b>                          | <b>36</b>       | <b>36</b>   | - | - | - |
|   | <b>в том числе контактная работа</b> | <b>10,2</b>     | <b>10,2</b> | - | - | - |
|   | <b>зач. ед</b>                       | <b>1</b>        | <b>1</b>    | - | - | - |

### 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 | <i>Реферат</i> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 269 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F">www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F</a></li> <li>2. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 75 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C">www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C</a></li> <li>3. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 179 с. — (Серия : Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F">www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F</a>.</li> <li>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, 2018. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044">www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044</a></li> <li>5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по</li> </ol> |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | 2. <i>Проработка учебного (теоретического) материала</i> | <p>самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 269 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F">www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F</a></li> <li>2. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 75 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C">www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C</a></li> <li>3. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 179 с. — (Серия : Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F">www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F</a>.</li> <li>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, 2018. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : <a href="http://www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044">www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044</a></li> <li>5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017</li> </ol> |
|--|--|--|

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 заключатся 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, 2018. — 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](http://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, 2018. — 75 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C](http://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, 2018. — 179 с. — (Серия : Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F](http://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, 2018. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044](http://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, 2018. — 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, 2018. — 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, 2018. — 258 с. — (Серия : Авторский учебник).
  4. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 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, 2018. — 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, брендингу, 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](http://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](http://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](http://www.biblioclub.ru).

– ЭБС «Юрайт» [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: [www.biblio-online.ru](http://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)<br>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)<br>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)<br>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.№ <b>304,305,306,404,406,407,408,409</b> (Комплект учебной мебели, доска учебная)  |
| 4. | Самостоятельная работа                     | Помещение для самостоятельной работы (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № <b>401</b> (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) |