

Аннотация
по дисциплине ФТД.В.01 «Этика психологической экспертизы рекламных текстов»

Объем трудоемкости: 1 зачетная единица (36 часов, из них – 12,4 часов аудиторной нагрузки, из них 6 часов - практических занятий, 6 часов - занятия лекционного типа, 23,6 часа СРС, 0,4 - ИКТ)

Цель дисциплины: формирование представления о социальной значимости будущей профессии, о социальной роли рекламиста и журналиста в информационном демократическом обществе, а также понимание функций и принципов СМИ в контексте этико-психологических потребностей.

Задачи дисциплины:

- осмысление значения и роли профессиональной этики и психологии в системе профессиональной деятельности журналиста;
- изучение методов и способов этико-психологического контроля за соблюдением журналистами и рекламистами этических стандартов;
- приобретение навыков этико-психологического анализа рекламных текстов в СМИ.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Данный курс относится к дисциплинам по выбору вариативной части факультативов и предназначен для магистров программы «Реклама». Он связан с такими дисциплинами как «Современный медиатекст, язык и стиль СМИ», «Психология рекламы», «Разработка и технология производства рекламного продукта», «Проблемы современности и повестка дня СМИ».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных* компетенций (ОК/ОПК/ПК): *ОПК- 2, ОПК 6, ПК- 2.*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	особенности и социальных, этнических, конфессиональные и культурных различия при руководстве разработкой медиапроекта	Руководить коллективом разработчиков медиапроекта с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий	Знаниями о специфике рекламной деятельности с учетом конфессиональные и культурных различий аудитории
2.	ОПК- 6	готовностью следовать принципам деонтологии в профессиональной практике, эффективно применять этические и правовые нормы	выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований с этико психологическими позициями	разрабатывать методологию, методики производства рекламного продукта, учитывая	Навыками этико-психологической оценки и проведения медиаисследований для разработки и

				данные этико-психологического анализа	производства рекламного продукта
3.	ПК-2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	особенности и редактирования рекламных текстов, созданных при разработке медийных проектов повышенной сложности	Редактировать рекламные тексты, созданных при разработке медийных проектов повышенной сложности с учетом разных медиаформатов	Способности написания, редактирования и психолингвистической экспертизы рекламных текстов

Структура дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре:

№	Наименование разделов (тем)	Всего	Количество часов			
			Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5		7
1.	Понятие психологической безопасности в сфере рекламы в СМИ	5	1	-	-	4
2.	Последствия этически некорректной рекламы	6	1	1	-	4
3.	Виды манипуляции в рекламе	6	1	1	-	4
4.	Этико-психологический анализ рекламного воздействия	6	1	1	-	4
5.	Виды психотехнического анализа	6	1	1	-	4
6.	Этапы экспертного этико-психологического заключения	5	1	1	-	2
7.	Итоговое занятие. Зачет.	2,6	-	1		1,6
	<i>Итого по дисциплине:</i>		6	6		23,6

Курсовые работы: не предусмотрены

Вид аттестации: зачет

Основная литература:

1. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 109 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/54DE27B6-D4F3-4C61-8C57-74FD95550B60.
2. Свитич, Л. Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 205 с. — (Серия : Университеты России).

[Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3F65D4AB-851B-4A34-83D8-F1D8497DDBE7.

Автор РПД: к.ф.н., доцент кафедры электронных СМИ и новых медиа Мальцева И.А.