

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.11.01
«Коммуникационные стратегии журналистских, рекламных и ПР-текстов»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 12,2 контактных часов: практических 12 ч.; 56 часов самостоятельной работы; 3,8 часа контроль; 0,2 часа ИКР).

Цель освоения дисциплины – представить коммуникационные стратегии журналистских, рекламных и ПР-текстов на основе анализа текущих событий современности.

Задачи дисциплины.

- сформировать у студентов представление о коммуникативном процессе;
- выявить основные принципы планирования, организации и контроля за коммуникационными процессами; представить образ целевой аудитории коммуникатора;
- дать представление различные социологические теории и методы эмпирических исследований; дать представление о современных коммуникативных технологиях (коммуникация межличностная, малых групп, массовая);
- представить жанровую палитру профессионально-ориентированных коммуникаций,
- показать сущностные признаки важнейших коммуникативных жанров, обслуживающих профессионально-ориентированное общение внутри каждого из видов коммуникаций – чтения, письма, слушания, говорения;
- раскрыть коммуникативные формы и методы изучения социальной среды и воздействия на группы общественности, методы формирования имиджа;
- в ходе практических занятий провести самостоятельное планирование коммуникационных мероприятий в сфере профессиональной деятельности студентов.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Коммуникационные стратегии журналистских, рекламных и ПР-текстов» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Знания, умения и навыки, сформированные при овладении дисциплиной необходимы для успешного изучения таких курсов, как «Техника и технология СМИ», «Журналистское мастерство», «Основы теории журналистики».

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

Процесс изучения дисциплины «Коммуникативные стратегии журналистских, рекламных и ПР-текстов» направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональных компетенций (ОПК):

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (**ОПК-1**);

профессиональных компетенций (ПК):

- готовность выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности (**ПК-2**);

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных компетенций (ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	<i>ОПК1</i>	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном	<i>знать</i> функции профессионально-ориентированн	<i>уметь</i> планировать тактики общения	<i>владеть</i> разновидностями коммуникации

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	ой коммуникации		и и ее стратегиями
2.	ПК2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	знать составляющие жанров массмедиа	уметь осуществлять поиск необходимых средств для создания текстов	владеть методами коммуникационного PR-воздействия, этикетом в области коммуникаций

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в А семестре №	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Коммуникационный процесс как основа передачи информации	9		2		8
2	Коммуникационное пространство как доминирующий фактор	9		1		8
3	Модели и виды коммуникаций	9		1		8
4	Основы методики управления коммуникационными процессами	9		1		8
5	Частные направления коммуникационного менеджмента	9		2		7
6	Особенности комплексного управления коммуникациями	9		2		7
7	Общественность и общественное мнение	9		2		7
8	Правовые и этические основы PR	9		1		7
	Итого по дисциплине:	72		12		56

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

5.1 Основная литература:

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. — Электрон.дан. — Москва: Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа:

<https://e.lanbook.com/book/56280>

2. Ключев, Ю.В. Теория и практика массовой информации: учебное пособие / Ю.В. Ключев. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 100 с. - Библиогр.: с. 90-94. - ISBN 978-5-4475-6023-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884>

Автор РПД: д-р. филол. наук, проф. Демина Л.И.