

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.01.02
«Проблемы международной и отечественной информационной безопасности»

Объем трудоемкости: 2 ЗЕТ (72 часа, из них – 12,2ч. контактной нагрузки: лекционных 6 ч., практических 6 ч.; 0,2 ч. ИКР, 56 ч. самостоятельной работы; 3,8ч. контроль)

Цель дисциплины: формирование у студентов знаний и представлений о смысле, целях и задачах информационной защиты, характерных свойствах защищаемой информации, основных информационных угрозах, существующих (действующих) направлениях защиты и возможностях построения моделей, стратегий, методов и правил информационной защиты.

Задачи дисциплины:

1. Приобретение знаний, позволяющих правильно ориентироваться в категориях защищаемых информационных ценностей.
2. Формирование минимально необходимого кругозора в проблемах информационной безопасности.
3. Подробное изучение различных направлений защиты коммуникационной безопасности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Проблемы международной и отечественной информационной безопасности» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Данная дисциплина способствует освоению специфики профессии, формированию у студентов понятия об оборудовании, системных закономерностях и технологиях манипуляции массовым сознанием в СМИ.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	<i>ОПК4</i>	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	основные понятия медиалогии	анализировать состояние медиарынка и соответствующей целевой аудитории	навыками размещения и анализа информации в медиасистемах
2.	<i>ПК6</i>	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах	- основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру; - функции и важнейшие	вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по всем возможным	навыками практического осуществления всех стадий коммуникативного процесса, передачи и принятия

№ п.п.	Индекс компете нции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиа проектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	характеристики коммуникативного процесса; - виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде. историю отечественного и зарубежного рынка BTL - коммуникаций; современное состояние рекламной индустрии в России и за рубежом, модели развития и функционирования отечественных рынков рекламы;	критериям типологизации; - собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью. - использовать приемы и средства создания рекламного продукта с использованием инноваций;	информации в процессе осуществления различных коммуникаций, поддержания её процесса;

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Свойства информации как объекта защиты	24	2	2		20
2.	Содержание и анализ исторически сложившихся направлений информационной защиты	24	2	2		20
3.	Информационные войны и информационное оружие. <i>Итоговое занятие</i>	23, 8	2	2		16
	<i>Итого по дисциплине:</i>		6	6		56

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачёт

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Правовые основы коммуникации: в рекламе, связях с общественностью, журналистике: учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. - М.: Проспект, 2016. - 224 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-392-19922-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444150>.

Автор РПД: канд. филол.наук, доцент Никулин И.О.