

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.05 УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ В СОВРЕМЕННОМ
МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов), для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов системных базовых представлений, знаний, умений и навыков по управлению проектами в сфере рекламно-информационной деятельности.

Задачи дисциплины

- сформировать представление об основах проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- научить студентов основным принципам проектной деятельности в профессиональной сфере;
- дать теоретические знания к анализу конкретных ситуаций и материалов;
- научить студентов осуществлять подготовку проектов;
- подготовить обучающихся к участию в организации и реализации проектов;
- сформировать у обучающихся навыки подготовки пакета проектных документов, необходимых для успешного выполнения профессиональных обязанностей.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление информацией в современном медиапространстве» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Управление информацией в современном медиапространстве» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Социология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Психология массовых коммуникаций».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	
ИПК 2.1. Знает особенности продвижения продукции СМИ.	Знает особенности продвижения продукции СМИ. Умеет осуществлять продвижение продукции СМИ. Владеет навыками продвижения продукции СМИ.
ИПК 2.2. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности	Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
результатов продвижения продукции СМИ.	Знает основы продвижения продукции СМИ. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.
ИПК 2.3. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Знает основы контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Управление информацией в современном медиапространстве. Введение	14	4	5		5
2.	Процесс формирования общественного мнения	14	4	5		5
3.	Управление общественным мнением	14	4	5		5
4.	Особенности формирования имиджа в политическом маркетинге	15	5	5		5
5.	Методы и приемы управления информацией в современном медиапространстве	15	5	5		5
6.	Механизмы моды	15	5	5		5
7.	Социально-психологические функции моды	17	5	6		6
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		104	32	36		36
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		35,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		144				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
4.	Управление информацией в современном медиапространстве. Введение	34	2	2		30
5.	Процесс формирования общественного мнения	34	2	2		30
6.	Управление общественным мнением	34	2	2		30
4.	Особенности формирования имиджа в политическом маркетинге	33	2	4		27
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		135	8	10		117
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		8,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		144				

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Авторы И.О. Никулин, доцент, канд. филол. наук, доцент, Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук