

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Воронежский государственный университет»



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор –
проректор по учебной работе

 Е.Е. Чупандина

« 03 » 07 20 14 г

**Основная образовательная программа
высшего образования**

Направление подготовки

031300 – «Журналистика»

Профиль подготовки (магистерская программа)

«Реклама и паблик рилейшнз»

Квалификация (степень)

Магистр

Форма обучения

заочная

Воронеж 2014

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	3
1.1. Основная образовательная программа магистратуры, реализуемая ФГБОУ ВПО «ВГУ» по направлению подготовки «Журналистика», профиль (магистерская программа) «Реклама и паблик рилейшнз».	3
1.2. Нормативные документы для разработки ООП магистратуры по направлению подготовки «Журналистика».	3
1.3. Общая характеристика основной образовательной программы высшего образования.	3
1.4 Требования к абитуриенту.	4
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП магистратуры по направлению подготовки «Журналистика», профиль (магистерская программа) «Реклама и паблик рилейшнз».	4
2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.	4
2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.	4
2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.	4
2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.	4
3. Планируемые результаты освоения ООП.	5
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП магистратуры по направлению подготовки «Журналистика».	7
4.1. Годовой календарный учебный график.	7
4.2. Учебный план	8
4.3. Аннотации рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)	8
4.4. Аннотации примерных программ практик и НИР.	9
5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП магистратуры по направлению подготовки «Журналистика».	9
6. Характеристика среды вуза, обеспечивающая развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.	9
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП магистратуры по направлению подготовки «Журналистика».	10
7.1. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация.	10
7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников ООП магистратуры по направлению подготовки «Журналистика».	10
8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.	11

1. Общие положения

1.1. Основная образовательная программа магистратуры, реализуемая ФГБОУ ВПО «ВГУ», магистерская программа «Реклама и паблик рилейшнз» (далее – ООП), представляет собой комплект документов, разработанный и утвержденный вузом с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 031300 – «Журналистика» высшего профессионального образования (ФГОС ВПО), а также с учетом рекомендованной примерной образовательной программы.

ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, аннотации учебных курсов, предметов, дисциплин и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также аннотации учебной и производственной практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

ООП разработана на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования подготовки магистра по направлению 031300 – Журналистика, утвержденного приказом Министра образования и науки Российской Федерации от 22 марта 2010 года № 199

Квалификация, присваиваемая выпускникам: магистр.

1.2. Нормативные документы для разработки ООП магистратуры по направлению подготовки 031300 – «Журналистика» для разработки магистерской программы «Реклама и паблик рилейшнз».

Нормативную правовую базу разработки ООП магистратуры составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Устав ФГБОУ ВПО «ВГУ»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) по направлению подготовки 031300 Журналистика высшего профессионального образования (ВПО) (магистратура), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 марта 2010 г. № 199;
- Приказ Минобрнауки России от 19.12.2013 №1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
- Примерная основная образовательная программа (ПрООП ВПО) по направлению подготовки 031300 – Журналистика, разработанная и утвержденная УМО;
- Положение (П ВГУ 2.1.01–2014) «О порядке разработки и утверждения основных образовательных программ высшего образования».

1.3. Общая характеристика основной образовательной программы высшего образования.

1.3.1. Цель реализации ООП по магистерской программе «Реклама и паблик рилейшнз» – формирование у выпускника компетенций, необходимых для адекватного, эффективного и успешного выполнения профессиональной деятельности: уметь выполнять, основываясь на полученных теоретических знаниях и практике СМИ, на высоком профессиональном уровне различные виды редакционной работы, связанные с решением задач повышенной сложности, и должностные обязанности в соответствии с профилем магистерской программы; быть способным к анализу и оценке эффективности своей работы, ее сильных и слабых сторон (развитая профессиональная рефлексия), к профессиональному совершенствованию на основе отечественного и зарубежного опыта; уметь ставить и решать инновационные задачи. Заниматься проведением разномасштабных рекламных и СО-кампаний, уметь оптимально организовывать работу рекламных и пресс-служб, СО-отделов, опираясь на глубокое понимание проблем маркетинговых, рекламных и СО-коммуникаций и зарубежного опыта, оказывать рекламные услуги и проведение рекламных и СО-мероприятий. Реализация программы профессионального журналистского образования, сочетающей в себе фундаментальность, универсальность, практическую направленность и высокий культурный уровень, состоит в развитии у студентов таких

профессионально значимых личностных качеств, как гибкость мышления, концентрация и переключаемость внимания, точность восприятия, логическое мышление, способность обобщать, творческое воображение, заинтересованность в достижении максимальных результатов профессиональной деятельности, а также в формировании общекультурных – универсальных (общенаучных, социально-личностных, инструментальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 – Журналистика (магистратура).

Предполагаемые виды деятельности выпускника: магистры трудоустраиваются на руководящие должности в рекламных агентствах полного цикла, а также возглавляют ведущие отделы и иные структурные подразделения, занимающиеся исследованиями, концептуальными разработками и планированием рекламных кампаний и других видов рекламной деятельности в СМИ. Магистры журналистики будут активно востребованы в различных сферах профессиональной коммуникации в качестве рекламных и PR-менеджеров, рекламистов, руководителей рекламных и PR-служб, пресс-секретарей и т. д.

1.3.2. Срок освоения ООП магистратуры по программе «Реклама и паблик рилейшнз» 2 года 5 месяцев.

1.3.3. Трудоемкость ООП магистратуры по направлению 031300 – Журналистика, по магистерской программе «Реклама и паблик рилейшнз» составляет 120 зачетных единиц, включая все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

1.4. Требования к абитуриенту

Поступающий в магистратуру по программе «Реклама и паблик рилейшнз» должен иметь диплом о высшем профессиональном образовании (бакалавра или дипломированного специалиста).

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП магистратуры по направлению подготовки «Журналистика», магистерская программа «Реклама и паблик рилейшнз».

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.

Область профессиональной деятельности магистров по направлению подготовки 031300 – Журналистика включает средства массовой информации (газеты, журналы, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ и др.) и смежные информационно-коммуникационные сферы (издательства, пресс-службы, рекламные, креативные, брендинговые и PR-агентства), а также научно-исследовательские и образовательные учреждения данного профиля.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.

Объектами профессиональной деятельности магистрантов по направлению подготовки 031300 «Журналистика» являются коммуникация и массовая информация, передаваемая по различным каналам СМИ, адресованная различным аудиторным группам, научная информация, связанная с анализом функционирования СМИ и других средств массовой коммуникации.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.

Проектно-аналитическая деятельность; профессионально-прикладная деятельность.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.

Проектно-аналитическая деятельность (аналитик, разработчик медиапроекта, менеджер контента):

сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ «повестки дня», целевой аудитории;

непосредственная разработка концепции, модели, формата издания, программы, рубрики, колонки, а также медиапроектов других типов;

текущее и перспективное планирование деятельности СМИ;

анализ хода реализации медиапроекта и коррекция его концепции.

Профессионально-прикладная деятельность (копирайтер, креатор, специалист по медиаэкономике, медиамаркетолог, руководитель пресс-службы и отдела связей с общественностью, руководитель среднего и высшего звена в рекламных, креативных и коммуникационных агентствах и т. п.):

квалифицированное выполнение обязанностей, входящих в компетенцию специалиста соответствующего профиля;

анализ результатов исследований по данным сферам деятельности (экономических, социологических, медиаметрических, психологических), их интерпретация, использование в редакционной практике;

сотрудничество с соответствующими специализированными организациями и службами по поводу участия в регулярно проводимых ими исследованиях или заказа для редакции целенаправленных, эксклюзивных проектов.

3. Планируемые результаты освоения ООП.

Результаты освоения ООП магистратуры определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности. Помимо профессиональных компетенций, соответствующих заявленным в ООП видам деятельности, были добавлены компетенции, соответствующие другим видам деятельности.

В результате освоения данной ООП магистратуры выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общекультурными компетенциями (ОК):

социально-личностные компетенции:

способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень, готовность к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, способность к развитой саморефлексии, анализу своего социального и профессионального опыта (ОК-1);

понимание высокой социальной значимости журналистики в обществе, развитая мотивация к выполнению профессиональной деятельности (ОК-2);

осознание важности гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; готовность принять нравственные обязанности по отношению к окружающей природе, обществу, другим людям и самому себе, готовность руководствоваться ими в своей профессиональной деятельности (ОК-3);

культура мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-4);

способность к самостоятельному обучению новым методам деятельности, готовность к изменению профессионально-творческого и научного профиля своей деятельности, к изменению социокультурных и социальных условий деятельности (ОК-5);

готовность к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм, уважение к людям, способность руководствоваться морально-правовыми нормами в профессиональной деятельности (ОК-6);

способность использовать на практике навыки и умения в организации профессионально-творческих и научно-исследовательских работ, в управлении коллективом (ОК-7);

способность принимать нестандартные решения, разрешать проблемные ситуации, готовность к принятию ответственности за свои решения в рамках профессиональной компетенции (ОК-8);

способность проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности (ОК-9);

способность к адаптации к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей, способность к активной профессиональной мобильности (ОК-10).

общенаучные компетенции:

способность к полному и многоаспектному использованию знаний, полученных в процессе изучения гуманитарных, социально-экономических и естественнонаучных дисциплин, в своей профессиональной деятельности в целом и ракурсно в тех областях, которые связаны с областью углубленных научных исследований или со сферой профессионально-функциональной профилизации (ОК-11);

способность использовать современные достижения в области науки, самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, расширять и углублять своё научное мировоззрение (ОК-12);

способность использовать углублённые знания правовых и этических норм при оценке последствий своей профессиональной деятельности, при разработке и осуществлении социально значимых проектов (ОК-13);

способность демонстрировать навыки работы в творческом и научном коллективе (ОК-14);

способность порождать новые идеи (ОК-15);

способность осознать основные проблемы своей предметной области, ориентироваться в постановке задачи и определять способ решения проблем (ОК-16);

способность и готовность применять знания о современных методах исследования (ОК-17).

инструментальные компетенции:

свободное владение нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации, в журналистской деятельности (ОК-18);

умение пользоваться иностранными языками как средством профессионального общения для чтения литературы (общей и профессиональной), работы в сети Интернет и других компьютерных сетях и системах (ОК-19);

способность ориентироваться в современной системе источников информации, знание и умение использовать различные программные средства и базы данных, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-20);

способность и готовность проводить научные исследования и адекватно оценивать их результаты (ОК-21);

умение анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию (ОК-22);

умение использовать современные цифровые технологии в соответствии с целями ООП магистратуры (ОК-23);

способность оформлять и представлять результаты выполненной работы (ОК-24).

профессиональными компетенциями (ПК):

В области журналистской деятельности, связанной с профессиональными задачами повышенной сложности:

углубленные компетенции теоретико-концептуального характера:

основательное владение системой знаний, касающихся журналистики как части системы массовой коммуникации (СМК): роль СМК и СМИ в обществе, функции журналистики, механизмы и принципы функционирования, типология СМИ, аудитория, контент, проблемы эффективности, тенденции развития медиаиндустрии, отечественные и зарубежные медиаконцепции (ПК-1);

владение системой теоретических знаний, относящихся к определенному направлению и виду журналистской деятельности (в соответствии с ООП магистратуры) (ПК-2);

понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, этапов, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности определенного вида (ПК-3);

владение информацией о научных исследованиях в данной сфере, отечественном и зарубежном профессиональном опыте, владение методами ее получения, анализа и накопления (ПК-4);

компетенции методико-практического характера:

умение выполнять, основываясь на полученных теоретических знаниях и практике СМИ, на высоком профессиональном уровне различные виды редакционной работы, связанные с решением задач повышенной сложности, и должностные обязанности в соответствии с профильной направленностью ООП магистратуры (ПК-5);

способность к анализу и оценке эффективности своей работы, ее сильных и слабых сторон (развитая профессиональная рефлексия), к профессиональному совершенствованию на основе отечественного и зарубежного опыта (ПК-6);

умение ставить и решать инновационные задачи (ПК-7).

В области научно-исследовательской и учебно-педагогической деятельности в сфере журналистики (в соответствии с профильной направленностью ООП магистратуры):

углубленные компетенции теоретико-концептуального характера:

основательное владение знаниями, касающимися объекта научных исследований – журналистики как части системы массовой коммуникации: роль СМК и СМИ в обществе,

социальные функции средств массовой информации, механизмы и принципы функционирования, типология, аудитория, контент, проблемы эффективности, современная практика, тенденции развития, отечественные и зарубежные медиаконцепции (ПК-8);

углубленные знания в избранной предметной области исследований: история, теория и практика отечественных и зарубежных СМИ, отдельных ее видов и типов, медиасоциология, медиапсихология, медиаэкономика, правовые, этические нормы, организация редакционной деятельности, методы журналистского творчества, контент, язык и стиль СМИ, организация редакционной деятельности (ПК-9);

основательное знание видов и типов научных медиаисследований, принципов разработки их методологии, методики и правил организации исследования, методов анализа и интерпретации полученных данных (ПК-10);

знания в области учебно-педагогического процесса (преподавания журналистских дисциплин) (ПК-11);

углубленные компетенции методико-практического характера:

способность использовать углубленные специализированные профессиональные теоретические и практические знания для самостоятельной научно-исследовательской деятельности (ПК-12).

способность к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности; умение самостоятельно ставить актуальные и перспективные задачи научных исследований в области журналистики и решать их с помощью современных методологий, методик и информационных технологий (ПК-13);

владение навыками самостоятельной научно-исследовательской работы: умение анализировать литературу по теме, разработать концептуально-методологические основы, выделить и обосновать проблему, определить объект и предмет, сформулировать цель, задачи, гипотезы, выбрать адекватные методы исследования (ПК-14);

умение провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование, проанализировать его результаты, сделать значимые выводы теоретического и профессионально-практического характера (ПК-15);

способность работать в исследовательском коллективе, сотрудничать со специалистами других областей знаний в ходе решения научно-исследовательских и прикладных задач (ПК-16);

умение подготовить исследовательский отчет или научную статью с привлечением современных средств печати и редактирования (ПК-17);

умение подготовить доклад или научное сообщение, провести их презентацию, владение навыками ведения научной полемики (ПК-18);

умение подготовить публикацию в прессе по итогам исследования (ПК-19);

владение навыками преподавания журналистских дисциплин соответственно профильной направленности ООП магистратуры (ПК-20).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП магистратуры по направлению подготовки «031300 – Журналистика».

В соответствии с ФГОС ВПО по направлению магистерской подготовки «031300 – Журналистика» содержание и организация образовательного процесса при реализации ООП «Реклама и публические коммуникации» регламентируется Положением (П ВГУ 2.1.01–2014) «О порядке разработки и утверждения основных образовательных программ высшего образования»; учебным планом магистратуры; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

4.1. Календарный учебный график (Приложение 2).

1. Продолжительность обучения – 104 недели (2 года), в т.ч. теоретическое обучение – 48 недель; период производственной практики – 12 недель; НИР – 4 недели, итоговая аттестация – 18 недель; каникулы – 15 недель, в том числе 6 недель по завершении образовательной программы.

2. Промежуточная аттестация проходит в течение учебных семестров по окончании изучения дисциплин учебного плана.

3. Перевод студентов на 2 год обучения производится по результатам второго семестра.

4.2. Учебный план подготовки магистра (Приложение 3).

Учебный план по профилю (магистерская программа) «Реклама и паблик рилейшнз» прилагается (Приложение 3). В учебном плане отображается логическая последовательность освоения циклов, разделов ООП, учебных дисциплин и практик, обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость дисциплин, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

В базовых частях учебных циклов указывается перечень дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВПО. В вариативных частях учебных циклов вуз самостоятельно формирует перечень и последовательность дисциплин с учетом рекомендаций соответствующей примерной ООП ВПО.

Основная образовательная программа содержит дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам ООП. Порядок формирования дисциплин по выбору обучающихся устанавливает Ученый совет вуза.

Для каждой дисциплины, модуля, практики указываются виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

При составлении учебного плана вуз руководствовался общими требованиями к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными в ФГОС ВПО по направлению подготовки.

Основная образовательная программа магистратуры по направлению подготовки 031300 – Журналистика по профилю (магистерская программа) «Реклама и паблик рилейшнз» в соответствии с требованиями ФГОС ВПО предусматривает изучение следующих учебных циклов учебного плана:

- М 1. Общенаучный цикл;
- М 2. Профессиональный цикл;
- М 3. Практики, НИР;
- М 4. Итоговая государственная аттестация;
- ФТД Факультативы.

Учебный план подготовки магистров магистратуры по направлению подготовки 031300 – Журналистика по профилю (магистерская программа) «Реклама и паблик рилейшнз» в соответствии с требованиями ФГОС содержит:

- перечень учебных циклов и разделов;
- трудоемкость цикла и раздела в зачетных единицах и академических часах с учетом интервала, заданного ФГОС;
- трудоемкость дисциплины и раздела в зачетных единицах и академических часах (при этом учитывается условия, что одна зачетная единица эквивалентна 36 академическим часам);
- распределение трудоемкости дисциплин и разделов по семестрам;
- форму (формы) промежуточной аттестации по каждой дисциплине, по каждому разделу;
- рекомендуемые виды и продолжительность практик, формы аттестации по каждому виду практик;
- рекомендуемые виды и продолжительность итоговой государственной аттестации, формы итоговой государственной аттестации.

Каждый учебный цикл имеет базовую (обязательную) часть и вариативную (обеспечивающую профиль – магистерскую программу), устанавливаемую вузом. Вариативная (профильная) часть каждого цикла, включая дисциплины по выбору студента, факультативные дисциплины дает возможность расширения и углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых (обязательных) дисциплин (модулей), позволяет обучающимся получить с учетом профиля ООП ВПО вуза углубленные знания

4.3. Аннотации рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) (Приложение 4).

Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) ООП магистратуры по направлению подготовки по направлению подготовки 031300 – Журналистика по профилю (магистерская программа) «Реклама и паблик рилейшнз» регламентируется Инструкцией ВГУ «Рабочая программа учебной дисциплины. Порядок разработки, оформление и введение в действие».

Рабочие программы дисциплин размещены в интрасети ВГУ www.moodle.vsu.ru.

Аннотации рабочих программ профиля (магистерской программы) «Реклама и публик рилейшнз» направления магистерской подготовки 031300 – Журналистика см. в приложении 4.

4.4. Аннотации примерных программ практик и НИР (Приложение 5).

В соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 Журналистика раздел основной образовательной программы магистратуры «Производственная практика» является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся. Научно-исследовательская работа также является разделом практики.

5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП магистратуры по направлению подготовки 031300 Журналистика.

Ресурсное обеспечение ООП магистратуры по направлению подготовки 031300 Журналистика (профиль «Реклама и публик рилейшнз») формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ магистратуры, определяемых ФГОС ВПО по данному направлению подготовки с учетом рекомендаций ПрООП и включает библиотечно-информационную обеспеченность (отражена в Приложении 6) и материально-техническую обеспеченность (отражена в Приложении 7).

С учетом конкретных особенностей, связанных с профилем «Реклама и публик рилейшнз» основной образовательной программы 031300 Журналистика, краткая характеристика привлекаемых к обучению педагогических кадров отражена в Приложении 8.

К образовательному процессу по дисциплинам профессионального цикла привлечены более 15 % преподавателей из числа действующих руководителей и ведущих работников профильных организаций, предприятий и учреждений в сфере журналистики и коммуникации. Более 80 % преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу, имеют ученые степени и ученые звания, при этом ученые степени доктора наук или ученое звание профессора имеют более 12 % преподавателей.

Кадровый потенциал полностью удовлетворяет требованиям ФГОС. Все преподаватели на регулярной основе занимаются научно-методической деятельностью

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников.

В Университете созданы условия для активной жизнедеятельности обучающихся, для гражданского самоопределения и самореализации, для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, духовном, культурном и нравственном развитии.

В Университете сформирована система социальной и воспитательной работы. Функционируют следующие структурные подразделения:

- Управление по социальной и воспитательной работе (УВСР);
 - Штаб студенческих трудовых отрядов;
 - Центр молодежных инициатив;
 - Психолого-консультационная служба (в составе УВСР);
 - Спортивный клуб (в составе УВСР);
 - Концертный зал ВГУ (в составе УВСР);
 - Фотографический центр (в составе УВСР);
 - Оздоровительно-спортивный комплекс (в составе УВСР).
- Системная работа ведется в активном взаимодействии с
- Профсоюзной организацией студентов;
 - Объединенным советом обучающихся;
 - Студенческим советом студгородка;
 - музеями ВГУ;
 - двумя дискуссионными клубами;
 - туристским клубом «Белая гора»;

- клубом интеллектуальных игр;
- четырьмя волонтерскими организациями;
- Управлением по молодежной политике Администрации Воронежской области;
- Молодежным правительством Воронежской области;
- Молодежным парламентом Воронежской области.

В составе Молодежного правительства и Молодежного парламента 60% – это студенты Университета.

Университет располагает 8 студенческими общежитиями.

Работают 30 спортивных секций по 34 видам спорта.

Студентам предоставлена возможность летнего отдыха в спортивно-оздоровительном комплексе «Венеитиново», г. Анапе, на острове Корфу (Греция).

Организуются экскурсионные поездки по городам России, бесплатное посещение театров, музеев, выставок, ледовых катков, спортивных матчей, бассейнов.

Работает Отдел содействия трудоустройству выпускников.

В Университете реализуются социальные программы для студентов, в том числе выделение материальной помощи малообеспеченным и нуждающимся, социальная поддержка отдельных категорий обучающихся.

С целью развития личности студентов и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданских, общекультурных качеств обучающихся, на 1 и 2 курсах обеспечивается кураторство в академических группах.

Сведения об обеспечении социально-бытовых условий для студентов представлены в Приложение 9.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП магистратуры по направлению подготовки 031300 «Журналистика».

В соответствии с ФГОС ВПО магистратуры по направлению подготовки 031300 «Журналистика» оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

7.1. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ООП магистратуры осуществляется в соответствии со следующими документами: Положение о проведении текущей аттестации знаний, умений и навыков студентов (в традиционной форме) на факультетах Воронежского государственного университета П ВГУ 2.1.04 – 2007; Положение о проведении промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования П ВГУ 2.1.07 – 2013.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ООП созданы и утверждены фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты; примерную тематику рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников ООП магистратуры.

В соответствии с ГОС по направлению подготовки 031300 Журналистика предусмотрена государственная итоговая аттестация (ГИА) выпускников в виде государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы (ВКР). Государственная аттестация выпускников регламентируется стандартом ГИА Воронежского государственного университета по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура). Стандарт содержит программу государственного экзамена (ГЭ), основные требования к выпускной квалификационной работе (ВКР), а также к проведению ГИА.

Основная цель государственного экзамена: проверить уровень профессиональной подготовленности выпускников к работе в сфере журналистики и , в частности по профилю подготовки. Содержание ГЭ определяется ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура). ГЭ имеет междисциплинарный характер и включает в себя проверку теоретических знаний по наиболее важным темам дисциплин, освоенных в процессе обучения по направлению подготовки 031300 Журналистика.

Содержание ГЭ должно учитывать профиль подготовки выпускника. Предлагаемый на ГЭ перечень вопросов делится на два блока, каждый из которых включает два раздела. Первый блок «Общенаучный цикл и базовая часть профессионального цикла». Второй блок «Вариативная часть профессионального цикла (собственно дисциплин профиля)». Соответственно, каждый КИМ включает по одному вопросу из каждого блока.

В соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 Журналистика выпускник может выбрать по собственному усмотрению ВКР профессионально-творческого или прикладного исследовательского характера. В первом случае работа должна быть выполнена на материале собственной профессиональной деятельности выпускника, во втором – на материале деятельности конкретных средств массовой информации и/или журналистов. Тема ВКР должна отражать актуальную научную и/или практическую проблему. Структура ВКР профессионально-творческого характера в целом подобна структуре ВКР прикладного исследовательского характера, но имеет некоторые особенности. Основная часть работы включает не только краткое описание теоретических основ выбранной автором темы, но и в первую очередь самоанализ представленных образцов практической деятельности выпускника в сфере журналистики, рекламы и СО.

8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

Качество подготовки магистров по направлению 031300 Журналистика обеспечивается следованием Программе стратегического развития университета на 2012–2016 гг. и реализацией Дорожной карты стратегического развития факультета журналистики ВГУ на 2014–2018 гг.

Программа составлена кафедрой рекламы и дизайна журналистики ВГУ

Программа одобрена Научно-методическим советом факультета журналистики ВГУ (Протокол №7 от 16.06.2014 г.).

Декан факультета  В.В. Тулупов

Зав. кафедрой  В.В. Тулупов

Руководитель (куратор) программы  В.В. Тулупов



Приложение 3

Учебный план

Наименование	Формы контроля						Всего часов					ЗЕТ		Распределение ЗЕТ			
	Экзамены	Зачеты	Зачеты с оценок	Курсовые проекты	Курсовые работы	Контрольные	По ЗЕТ	По плану	в том числе			Экспертное	Факт	Курс 1	Курс 2	Курс 3	
									Ауд	СРС	Контроль						
M1	Общенаучный цикл																
M1.Б	Базовая часть																
M1.Б.1	2						108	108	18	81	9	3	3			3	
M1.Б.2		1					72	72	12	56	4	2	2	2			
M1.Б.3		1					72	72	12	56	4	2	2	2			
M1.Б.4		1					72	72	12	56	4	2	2	2			
M1.В	Вариативная часть																
M1.В.ОД	Обязательные дисциплины																
M1.В.ОД.1	2						180	180	44	127	9	5	5			5	
M1.В.ОД.2	1						108	108	16	83	9	3	3	3			
M1.В.ДВ	Дисциплины по выбору																
M1.В.ДВ.1.1		1					72	72	12	56	4	2	2	2			
M1.В.ДВ.1.2		1					72	72	12	56	4	2	2	2			
M1.В.ДВ.2.1		1					72	72	12	56	4	2	2	2			
M1.В.ДВ.2.2		1					72	72	12	56	4	2	2	2			
M1.В.ДВ.3.1		1					72	72	14	54	4	2	2	2			
M1.В.ДВ.3.2		1					72	72	14	54	4	2	2	2			
M1.В.ДВ.4.1		1					72	72	14	54	4	2	2	2			
M1.В.ДВ.4.2		1					72	72	14	54	4	2	2	2			
M2	Профессиональный цикл																
M2.Б	Базовая часть																
M2.Б.1		2					72	72	18	50	4	2	2			2	
M2.Б.2		1					72	72	12	56	4	2	2	2			
M2.Б.3		1					72	72	12	56	4	2	2	2			
M2.Б.4	1						72	72	12	51	9	2	2	2			
M2.Б.5		2					72	72	18	50	4	2	2			2	
M2.Б.6		1					72	72	12	56	4	2	2	2			
M2.Б.7		1					72	72	12	56	4	2	2	2			
M2.В	Вариативная часть																
M2.В.ОД	Обязательные дисциплины																
M2.В.ОД.1	1						144	144	12	123	9	4	4	4			
M2.В.ОД.2	1						144	144	12	123	9	4	4	4			
M2.В.ОД.3	1						144	144	12	123	9	4	4	4			
M2.В.ОД.4		2					108	108	22	82	4	3	3			3	
M2.В.ОД.5		2					72	72	18	50	4	2	2			2	
M2.В.ДВ	Дисциплины по выбору																
M2.В.ДВ.1.1	2						144	144	16	119	9	4	4			4	
M2.В.ДВ.1.2	2						144	144	16	119	9	4	4			4	
M2.В.ДВ.1.3	2						144	144	16	119	9	4	4			4	
M2.В.ДВ.2.1	2						108	108	16	83	9	3	3			3	
M2.В.ДВ.2.2	2						108	108	16	83	9	3	3			3	
M2.В.ДВ.2.3	2						108	108	16	83	9	3	3			3	
M2.В.ДВ.3.1		2					72	72	16	52	4	2	2			2	
M2.В.ДВ.3.2		2					72	72	16	52	4	2	2			2	
M2.В.ДВ.3.3		2					72	72	16	52	4	2	2			2	
M2.В.ДВ.4.1	2						144	144	14	121	9	4	4			4	
M2.В.ДВ.4.2	2						144	144	14	121	9	4	4			4	
M2.В.ДВ.4.3	2						144	144	14	121	9	4	4			4	
M3	Практики, НИР																
M3.У	Учебная практика																
M3.Н	Научно-исследовательская работа																
M3.Н.1		2					216	216				6	6			6	
M3.П	Производственная практика																
M3.П.1			12				648	648				18	18	9		9	
M4	Итоговая государственная аттестация																
ФТД	Факультативы																
ФТД.1		2					144	144	4	136	4	4	4			4	

Приложение 4

М1.Б.1 Методология и методика медиаисследований

Цели и задачи учебной дисциплины: теоретическое и практическое овладение современной методологией исследования функционирования средств массовой информации; глубокое и всестороннее изучение методологии научных исследований в области гуманитарных наук, ее сопряженности с современными отраслями междисциплинарных исследований, открывающих общие и частные закономерности функционирования средств массовой коммуникации и массовой информации; постижение конкретно-исторического развития научной мысли, формирование научных парадигм, сформировавших важнейшие отрасли современной науки, в том числе, гуманитарной; понимание специфики научного подхода к изучению различных сфер деятельности средств массовой коммуникации и массовой информации, выбора методики исследования функций, предмета, методов формирования содержания массовых информационных потоков для научных исследований и повседневной работы журналиста; выработка навыка определения параметров содержания медиатекстов для использования их в научных исследованиях и профессиональной деятельности; закрепление представлений о легитимности и корректности использования информационных ресурсов в научной и творческой деятельности

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Методология и методика медиаисследований» относится к модулю «Научно-методологические дисциплины». Она базируется на курсах дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата: «Основы теории журналистики», «Основы творческой деятельности журналиста», «Социология журналистики», «Современные теории СМИ», нормативного курсов философии, политологии, правоведения. Изучение дисциплины «Методология и методика медиаисследований» сопрягается с овладением теоретико-методологическим базисом дисциплин общенаучного и профессионального циклов данной образовательной программы: «Современные проблемы науки и журналистика», «Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях», «Теория и практика медиасистем», «Современный медиатекст», «Информационное право в журналистике», «Современный медиадискурс», с заданиями по практическому применению их в ходе научно-исследовательской работы и с выполнением программ профессионально-журналистской практики.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Методология и методика научного исследования. СМИ и журналистика как объект исследования. История и современная практика исследований СМИ. Исследовательская культура и ее значение. Общая характеристика методов, применяемых в медиаисследованиях. Методы анализа документов. Особенности методологии качественного исследования. Технические аспекты медиаанализа и медиаисследований

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций

- а) Общекультурные: ОК-4, ОК-7, ОК-11, ОК-12, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-20, ОК-21, ОК-22, ОК-24.
- б) Профессиональные: ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20.

М1.Б.2 Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях

Цели и задачи учебной дисциплины:

Изучение современных компьютерных технологий, включая технологии анализа и обработки данных, их применение в журналистике и научных исследованиях, освоение современных технологий организации работы с информацией, ее получению, обработке, анализу и хранению; получение практических знаний и навыков по работе с программным обеспечением, предназначенным для работы с текстовой и графической информацией, а также по использованию современных компьютеризированных информационно-телекоммуникационных систем и сетевых технологий.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к общенаучному циклу дисциплин ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 «Журналистика» (магистратура). Данная учебная дисциплина базируется на курсах дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата: «Современные информационные технологии», «Техника и технология СМИ», «Интернет-журналистика».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

«Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях» представляет собой курс, в рамках которого студенты получают представление о современных компьютерных технологиях, осваивают технологии организации работы с информацией, её получения, обработки, анализа и хранения, получают навыки по работе с программным обеспечением, предназначенным для работы с текстовой и графической информацией, а также обучаются использованию современных компьютеризированных информационно-телекоммуникационных систем.

Форма промежуточной аттестации

Зачёт

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-11, ОК-12; ОК-17, ОК-19, ОК-20, ОК-22, ОК-23.

б) профессиональные: ПК-4, ПК-5, ПК-13.

М1.Б.3 Современные теории массовой коммуникации

Цели и задачи учебной дисциплины: теоретическая наука о методах познания закономерностей человеческого общения, как учебная дисциплина, обязательная для специализаций «связи с общественностью» и «реклама», ставит своей целью изучение в первую очередь законов функционирования массовой коммуникации в социуме в условиях распространения массовой культуры.

Магистр должен получить представление о главных этапах развития мировой медиасферы и понять специфику медийного модуля, диалога Север-Юг. В задачи курса также входит обучение методике анализа отдельного медийного произведения.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: (цикл, к которому относится дисциплина, требования к входным знаниям, умениям и компетенциям, дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей)

Современные теории массовой коммуникации являются составной частью цикла наук о социальном общении. Будучи гуманитарной дисциплиной, современные теории массовой коммуникации связаны с культурологией, социологией и социолингвистикой, на эти дисциплины опирается терминологический аппарат и содержание лекций. Современные теории массовой коммуникации – синтетическая дисциплина. Она базируется на программе вуза по теории массовой коммуникации и предполагает углубление навыков медиаобразования, в частности - анализа медийного текста (дискурса) в других дисциплинах цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

В основе курса находятся: а) вопросы возникновения и эволюции массовых коммуникаций; б) проблема возникновения первых теорий СМИ и журналистики, в) Важная тема «Аудитория в политической коммуникации: подражание, управление, диалог», а также проблема автора и аудитории. В курсе лекций особое место занимают социокультурные теории (М. Бахтин, Г. Лассуэлл, Р. Барт, Ю. Кристева). Изучается «Спираль молчания» (Э. Ноэль-Нойман), «Общество спектакля» Дебора, идеи Маклюэна и Кастельса. Теории информационного общества осознаются в контексте идеологии постмодернизма. На практических занятиях прорабатываются конкретные вопросы повышения научно-практической компетенции студентов, изучающих теории СМИ. Например: тема «Амбивалентное влияние Интернета на масс-медиа». Популярны дискуссии по вопросам телекоммуникаций и политики, развлекательных функций СМИ и т.п. Отдельной темой идет разговор о марксистских подходах к медийной коммуникации. Заключительная беседа посвящается актуальным аспектам сетевой коммуникации.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

ОК-2, ОК-16, ОК-17; ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-12, ПК-13

М.1. Б.4. Философские основы науки и современного журнализма

Цели и задачи учебной дисциплины:

знание основ философии науки, парадигмы развития современной науки и места журналистики в системе этих парадигм.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Студент должен знать основы философии науки, парадигмы развития современной науки и представлять место журналистики в системе этих парадигм.

Иметь представление об актуальных проблемах современной науки, уметь пользоваться этим знанием в своей профессиональной деятельности.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

История философии науки и основы современной философии науки.

Роль науки на современном этапе развития человеческого сообщества. Наука как знание, вид деятельности и социальный институт. Многообразие форм знания. Научное, вненаучное и псевдонаучное знание, их отличие. Основные принципы научного познания. Роль науки в обществе в начале XXI века. Междисциплинарный характер массовой коммуникации. Культурософские теории информационного общества (Рорти, Бодриар, Джеймисон, Харви). Политэкономические теории информационного общества (Макчесни, Херман, Хомски). Цели и задачи современного журнализма. Функции журнализма. Многообразие, сложность и динамичность современных форм журналистской деятельности. Взаимосвязь журналистики и основных гуманитарных наук. Роль и функции журналистики в системе современного гуманитарного познания. Роль и функции журналистики в формировании картины мира. Социологические методы и журналистика. Журналистика и исследование аудитории. Макроуровень социологии и журналистика. Методы психологии и журналистика. Изучение поведенческих мотивов аудитории и журналистика. Психологическое воздействие СМИ на аудиторию. Методы культурологи и журналистка. Журналистика и социокультурная картина мира. Роль журналистики в формировании культурных ценностей и социокультурных шаблонов у аудитории. Политэкономическая структура СМИ. Роль политэкономических факторов в функционировании СМИ. Воздействие журналистики на мировую экономику.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

а) ОК-1, 3, 11, 12, 15, 16;

б) ПК-11, 14, 15, 17, 18, 19, 20.

М1.В.ОД.1 Психология и социология массовых коммуникаций

Цели и задачи учебной дисциплины:

сформировать у магистров системные знания по психологии и социологии массовой коммуникации а также научить анализировать рекламные, СО- и другие медийные сообщения с точки зрения психологии; сформировать умения социологического анализа массовой коммуникации, как целостной системы, выработать умения и навыки использования прикладных методов изучения содержания массовой коммуникации, аудитории СМК.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Психология и социология массовой коммуникации» относится к вариативной части общенаучного цикла ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 Журналистика (ООП магистратура).

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям включают знание студентами основ психологии и теории коммуникации, основ журналистской, рекламной и СО-деятельности, компьютерных технологий в журналистике и научных исследованиях.

Эта дисциплина осваивается студентами параллельно со смежной дисциплиной «Современный медиатекст», «Методология и методика медиаисследований» и «Журналистика как социокультурный феномен».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

В результате изучения данной дисциплины студенты должны познакомиться с категориально-понятийным аппаратом психологии и социологии массовой коммуникации, методологией прикладных исследований, освоить методы исследования рекламы и СО.

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-2, ОК-3, ОК-17.

б) профессиональные: ПК-4, ПК-10, ПК-15.

М1.В.ОД.2 Функциональный стиль массовой коммуникации

Цели и задачи учебной дисциплины:

Курс «Функциональный стиль массовой коммуникации» ставит целью создание у магистров целостного, всестороннего и глубокого представления о происхождении, устройстве и функционировании современного русского языка. Разделы «Фонетика», «Лексикология», «Словообразование», «Морфология» и «Синтаксис» дают знания о структуре, семантике и функционировании соответствующих систем русского языка.

Основными задачами учебной дисциплины являются:

- изучить основные вопросы о языке, его функциях, уровнях и формах существования; о проблемах языка и мышления, языка и речи, происхождения языков и теории письма;
- изучить фонетическую систему русского языка, правила современной орфоэпии и выявить основные ошибки в современном произношении и ударении
- изучить лексико-фразеологическую, словообразовательную, морфологическую и синтаксическую систему русского языка в структурно-семантическом и коммуникативном аспектах и выявить типичные ошибки.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Функциональный стиль массовой коммуникации» относится к общенаучному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 «Журналистика» (Магистратура). Указанная дисциплина является важной составной частью подготовки магистров по направлению «Журналистика», так как дает основные знания по современному русскому языку, необходимые для изучения не только других лингвистических, но и профессионально ориентированных дисциплин, а также способствует формированию навыков профессионального пользования языком в области «повышенной речевой ответственности».

«ФСМК» является предшествующей для следующих дисциплин: «Язык и стиль в СМИ», «Ораторское искусство», «Литературное редактирование медиатекстов», «Разработка рекламного и СО-продукта».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

В результате изучения данного курса студенты должны познакомиться с категориально-понятийным аппаратом дисциплины, освоить структурные и семантические особенности различных уровней современного русского языка, а также познакомиться с типичными ошибками на различных языковых уровнях.

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-1, ОК-4, ОК-18;

б) профессиональные: ПК-2, ПК-9.

М1.В.ДВ.1.1 Аргументация в журналистике

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели и задачи лекционных занятий:

- заложить теоретические, методологические и технологические основы для аналитической журналистской работы;
- углубить знания в области логико-познавательного метода отражения действительности и его применения в журналистике;
- овладеть знаниями в сфере логических методов и приемов аргументации.

Цели и задачи практических занятий:

- научить студентов применять теоретические, методологические и технологические основы аналитической журналистской работы на практике, при создании текстов в различных аналитических жанрах;
- контролировать усвоения студентами теоретического материала, получаемого на лекциях;
- формировать умения самостоятельно анализировать журналистскую деятельность и журналистские произведения, оценивать, делать обобщения, аргументировать.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к Профессиональному циклу дисциплин Учебного плана ВПО по направлению подготовки 031300 Журналистика (ООП магистратуры 68) и входит в вариативную часть этого цикла (дисциплина по выбору).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Система аргументов в аналитической журналистике, Система логических методов и приемов в аналитической журналистике, Объяснение и причинно-следственный анализ в аналитической журналистике, Аргументация в различных жанрах аналитической журналистики

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

ОК-4, 11, 18, 22; ПК-2, 3, 5, 9, 19.

М1.В.ДВ.1.2. Ораторское искусство

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели курса «Ораторское искусство» обусловлены объектом профессиональной деятельности магистров по направлению подготовки 031300 Журналистика - массовой информацией, передаваемой по различным каналам СМИ, адресованной различным аудиторным группам. Магистр готовится к профессионально-творческой авторской журналистской деятельности, используя методы журналистского творчества, контент, языковые и стилистические ресурсы СМИ. Задачи учебной дисциплины – на основе свободного владения нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речи в процессе личностной и профессиональной коммуникации закрепить навыки речевой культуры, составления текстов с определенным коммуникативным заданием и выступлений в телевизионных и радиопрограммах, а также в других ситуациях публичного выступления.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Ораторское искусство» относится к общенаучному циклу, вариативная часть, дисциплина по выбору.

Магистрант обязан: Знать специфику современного медиатекста, жанровые разновидности медиатекста, уметь применять эти знания в профессиональной деятельности.

Знать углубленно особенности аналитической журналистики, уметь создавать аналитические тексты для СМИ и грамотно транслировать их в СМИ.

Знать особенности языка и стиля современных СМИ, пользоваться этим знанием в своей практической деятельности. Дисциплина «Ораторское искусство» является предшествующей для дисциплины «Речь ведущего на телевидении и радио».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

В результате изучения данной дисциплины студенты должны познакомиться с категориально-понятийным аппаратом курса «Ораторское искусство» и освоить процесс создания текстов для их профессионального произнесения в различных коммуникативных ситуациях.

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

а) общекультурные: ОК-4, ОК-18;

б) профессиональные: ПК-11, ПК-18.

М1.В.ДВ.2.1 Медиаобразование

Цель и задачи учебной дисциплины:

Цель: анализ развития медиаобразования с точки зрения его использования в процессе обучения аудитории.

Задачи учебного курса: изучение понятийного аппарата медиаобразования; характеристика основных этапов исторического развития медиаобразования в мире; анализ современной социокультурной ситуации, особенностей развития медиаобразования в различных странах; изучение медиаобразовательной методологии.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Курс «Медиаобразование» является одной из дисциплин по выбору и читается в начале курса обучения. Эта дисциплина осваивается студентами параллельно с дисциплинами «Современные теории массовой коммуникации», «Деонтология журналистики» и ряда профильных дисциплин. Курс «Медиаобразование» является необходимым для эффективного изучения последующих дисциплин «Методология и методика медиаисследований» и «Современные медиасистемы», что позволяет студентам оценить роль медиа в современном мире, представить в комплексе мировую систему массовой информации, освоить современные методы работы с аудиторией.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

В результате изучения данной дисциплины студенты должны познакомиться с категориально-понятийным аппаратом медиаобразования, методами и формами медиаобразования и медиакритики.

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-2, 4, 22, 24;

б) профессиональные: ПК-1, 11, 14, 18, 19, 20.

М1.В.ДВ.2.2 Информационная безопасность

Цели и задачи учебной дисциплины:

Изучение предметной области «информационная безопасность», угроз информационной безопасности, мер противодействия этим угрозам, методов и средств защиты информации; получение практических знаний и навыков по работе с информацией с использованием современных компьютеризированных информационно-телекоммуникационных систем и сетевых технологий.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к профессиональному циклу дисциплин ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 «Журналистика» (магистратура). Данная дисциплина базируется на курсах дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата: «Современные информационные технологии», «Техника и технология СМИ», «Интернет-журналистика».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

«Информационная безопасность» представляет собой курс, в рамках которого студенты получают представление об угрозах информационной безопасности компьютерных систем, обучаются мерам противодействия этим угрозам и защиты информации, а также получают навыки работы с информацией с использованием современных компьютерных систем. Данная дисциплина является основополагающей для формирования у магистрантов культуры работы с информацией и квалифицированного использования информационно-телекоммуникационных систем.

Форма промежуточной аттестации

Зачёт

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-4, 8, 9, 20, 22, 23;

б) профессиональные: ПК-13.

М1.В.ДВ.3.1 Современный литературный процесс

Цели и задачи учебной дисциплины: сформировать общие представления о современном литературном процессе в России, сориентировать студента в многообразном мире современной русской литературы. Ее развитие на рубеже XX-XXI веков происходит в сложном взаимодействии традиций и новаций. Среди изобилия писательских имен современнику трудно выделить тех авторов, в творчестве которых совершаются подлинные художественные открытия.

Основными задачами учебной дисциплины являются:

- дать общую картину развития современной отечественной литературы;
- обозначить ее связи с традициями русской классики XIX-XX веков;
- охарактеризовать новые направления и течения;
- рассмотреть актуальные проблемы взаимоотношений современной литературы и читательской аудитории.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: (цикл, к которому относится дисциплина, требования к входным знаниям, умениям и компетенциям, дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей)

Учебная дисциплина «Современный литературный процесс» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура).

Место дисциплины в системе высшего образования определяется необходимостью понимания глубинных процессов, происходящих как в современном общественном сознании, так и в сознании отдельной личности. Их чутко улавливала и адекватно выражала отечественная литература на всем протяжении своей истории.

Учебная дисциплина «Современный литературный процесс» является логическим завершением изучения теоретико-литературных и историко-литературных курсов.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Основная задача курса – дать представление слушателям о тенденциях развития современного литературного процесса, опираясь прежде всего на опыт отечественной словесности рубежа 20-21 веков. В центре внимания – усиление документального начала в прозе, активная субъективация повествования, усиление системы образов в поэзии, драме и прозе, обогащение реалистического начала в письме, с постмодернистскими тенденциями, достижениями окружающего мира.

Важной особенностью современного литературного процесса – поиск героя. Важным фактором здесь является обращение к личности, чьи взаимоотношения с миром носят сложный и противоречивый характер. Речь идет не просто о рефлексии, свойственной современному человеку, речь идет о стремлении современного автора, постичь психологическую глубину переживания личности, пытающейся преодолеть одномерное восприятие реальной действительности. Герой современной литературы – это прежде всего человек поиска, человек сложных внутренних переживаний, человек – стремящийся преодолеть стереотипы и шаблоны окружающего его мира.

Существенной приметой современного литературного процесса является размывание жанровых границ. Идет непрерывный процесс обновления традиционных жанров. В силу этого широкое развитие получает фарс, трагикомедия, ироническая драма, лирическая трагедия и т.д. Различные варианты игры с аудиторией – также приметы современного литературного процесса.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

ОК-1, 3, 4, 18, 22, 24; ПК-5.

М1.В.ДВ.3.2 Межкультурная коммуникация

Цели и задачи учебной дисциплины:

- заложить основы коммуникативной компетентности будущих специалистов в области СМИ, подготовить их к профессиональной деятельности в условиях межкультурных процессов;
- выявить специфику культурной коммуникации в России, в Западной Европе и США, в странах Востока;
- представить познавательные возможности и границы различных методов изучения коммуникации;
- проблематизировать формы и процессы современной культурной коммуникации;

Место учебной дисциплины в структуре ООП: (цикл, к которому относится дисциплина, требования к входным знаниям, умениям и компетенциям, дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей)

Учебная дисциплина «Межкультурная коммуникация» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура).

Место дисциплины в системе высшего образования определяется необходимостью понимания коммуникативных процессов, происходящих в современном обществе. Необходимость нахождения способов осуществления культурного диалога между обществами, базирующимися на различных религиозных основах и ценностных приоритетах, составляет важнейшую задачу современности.

Учебная дисциплина «Межкультурная коммуникация» является логическим продолжением изучения курсов. Ориентированных на выявление места и роли СМИ в коммуникативном процессе нашего времени.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Культура и коммуникация. Виды коммуникаций: Понятие культуры. Функциональная общность культур. Культура и коммуникация. Виды коммуникаций. Языковая и культурная картины мира. Инкультурация, аккультурация и социализация.

Национальные, этнические, социальные и территориальные характеристики коммуникации: Российские особенности коммуникационного процесса

Восточные особенности коммуникационного процесса.

Западные особенности коммуникационного процесса.

Особенности межкультурной коммуникации в медиасфере: особенности межкультурной коммуникации в медиасфере. Особенности организации коммуникативного процесса в печатных СМИ. Особенности организации коммуникативного процесса в электронных СМИ

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций:
ОК-1, 3, 6; ПК-4.

М1.В.ДВ.4.1 Имиджелогия

Цели и задачи учебной дисциплины: сформировать у студентов представление о феномене имиджа, его разновидностях, структуре и методах формирования; познакомить студентов с прикладной наукой имиджелогией, освоить инструментарий имиджелогии, научит использовать средства массовой информации в качестве имиджеформирующего канала.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Учебная дисциплина «Имиджелогия» относится к общенаучному циклу дисциплин М1.В.ДВ..4, обеспечивающих подготовку по направлению 031300 журналистика (магистратура).

Будучи преимущественно прикладной, настоящая дисциплина дает представление о многообразии деятельности имиджмейкера в XXI веке. Ввиду усложняющихся задач продвижения акторов, организаций, территорий и иных субъектов ПР и объектов имиджмейкинга в расчете на многообразные целевые аудитории – внутренние (персонал, топ-менеджмент), внешние (клиенты, партнеры, СМИ, органы государственной власти) имиджмейкерская деятельность призвана способствовать гармонизации общественных отношений за счет эффективного имиджевого воздействия на ЦА. Первостепенную роль в этом играют разнообразные СМИ – корпоративные, клиентские, региональные и федеральные печатные СМИ, Интернет-СМИ, гражданская журналистика (блоги, социальные сети).

Учебная дисциплина «Имиджелогия» является последующей по отношению к дисциплине «Ораторское искусство» и предшествующей для «Политтехнологии» и др.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

В результате изучения данной дисциплины студенты должны получить комплексное представление о прикладной науке имиджелогии, познакомиться с различными видами имиджа, приемами имиджмейкинга, освоить методы работы с имиджеформирующей информацией.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

А) общекультурные: ОК-2, 4, 5, 6, 11, 22;

Б) профессиональные: ПК-6, 14, 18.

М1.В.ДВ.4.2 Политтехнологии

Цели и задачи учебной дисциплины:

Дать целостное представление о политических технологиях, их сущности и роли в политическом процессе и в деятельности политических институтов; знакомство с теоретическими и прикладными аспектами реализации политических технологий в СМИ, основными подходами в классификации политических технологий;

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Политтехнологии» относится к Общенаучному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура 68) и входит в вариативную часть этого цикла (дисциплины по выбору обучающегося).

Политическая технология – это система процедур и операций, осуществляемых в политической деятельности с помощью определенного инструментария, направленного на достижение той или иной политической цели. Подчеркивая значение политических технологий, есть смысл говорить об определенном инструментарии для решения современных социальных, политических, экономических задач, поскольку сегодня это уже целая индустрия, нацеленная на обеспечение правильной и эффективной коммуникации между субъектами политического процесса (партиями и кандидатами) и его объектом, которым обычно выступает население (избиратели). Объектом анализа учебной дисциплины выступают процессы политического развития институтов политической системы, в том числе динамика и практики деятельности специализированных подразделений по связям с общественностью. Предметом исследования являются политические технологии как способ общественно-политического влияния на принятие решений институтов политической системы.

Учебная дисциплина «Политтехнологии» является предшествующей для следующих дисциплин: «Политическая реклама», «Журналистика как социокультурный феномен».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

В результате изучения данной дисциплины студенты должны познакомиться с технологиями политического маневрирования и политического манипулирования;

технологий подавления политических противников в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе; освоить особенности политических технологий государственных структур и в функционировании неправительственных организаций.

Форма промежуточной аттестации:

Зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

а) общекультурные: ОК – 2, 4, 16, 18;

б) профессиональные: ПК – 1, 3, 9, 12, 17, 18.

М2.Б.1 Журналистика как социокультурный феномен

Цели и задачи учебной дисциплины:

Изучение характера и форм взаимодействия журналистики с бизнесом, идеологией, политикой, культурой.

Достижение цели предполагает решение ряда задач:

Определить сферу деятельности журналистики в социокультурном пространстве; выделить основные функции журналистики как социокультурного феномена: гносеологическую, аксиологическую, идеологическую, культурную.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Курс «Журналистика как социокультурный феномен» относится к профессиональному циклу дисциплин федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки журналиста 031300 (магистратура) и входит в базовую (общеобразовательную) часть этого цикла.

Курс «Журналистика как социокультурный феномен» продолжает теоретическую подготовку обучающихся, начатую такими дисциплинами, как «Основы журналистики», «Основы коммуникативистики», «Основы теории журналистской деятельности».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Курс раскрывает социокультурную роль журналистики с точки зрения ее соотношения с политикой, идеологией и культурой. Политика тесно связана с понятием «общественное мнение». Одна из задач курса состоит в том, чтобы раскрыть феномен общественного мнения и показать, каким образом журналистика оказывает влияние на формирование общественного мнения. Другая задача состоит в том, чтобы установить характер взаимодействия между журналистикой и идеологией. В этой связи важно разобраться в том, какие государство имеет в своем распоряжении идеологические аппараты и какое место среди них занимают СМИ. Еще одна задача состоит в том, чтобы определить роль журналистики в пространстве культуры.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

ОК-1, ОК-3, ОК-11, ОК-13, ОК-15, ОК-18;

ПК-1, 5, 8, 9, 11, 12, 14, 18, 20.

М2.Б.2 Проблемы современности и повестки дня СМИ

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели и задачи лабораторных занятий:

- ознакомить студентов с глобальными изменениями в информационном обществе, их влиянием на повестку дня и с ролью СМИ в ней;
- на примере конкретных СМИ дать представление о глобализации, глобальных процессах и проблемах и о возможности СМИ участвовать в разрешении политических, экономических, социальных и экологических конфликтов;
- рассмотреть на материалах СМИ проблемы социального прогнозирования в рамках журналистской и публицистической деятельности;
- проанализировать проблемы негативного влияния средств массовой коммуникации на общество.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к базовой части профессионального цикла ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 Журналистика (ООП магистратуры 68).

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям включают знание студентами системы современных СМИ, умение ориентироваться в современных глобальных и локальных (российских) проблемах, навыки постоянного мониторинга СМИ, знание основ контент-анализа.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей: Политическая журналистика в отечественной и зарубежной практике, Социальная тематика печатных СМИ, Правовая тематика печатных СМИ.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Информационное общество и его влияние на функционирование СМИ, Глобальные и локальные проблемы в повестке дня СМИ, Прогноз в современной журналистике и публицистике

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

ОК-2, 3, 4, 6, 11, 13, 16, 20, 22;

ПК-2, 5, 9, 12, 13.

М 2. Б 3. Современные медиасистемы

Цели и задачи учебной дисциплины: понимание сущности современных медиасистем, основных закономерностей их развития.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: студент должен ориентироваться в различных аспектах функционирования СМИ (исторических, экономических, политических, правовых, социальных, психологических, этических, кадровых, профессионально-творческих), быть способным на базе этого знания выделить актуальные проблемы медиаисследований в целом и в определенной области (соответственно программе подготовки), уметь использовать соответствующую информацию в профессиональной деятельности.

Иметь знания в области современных зарубежных медиаконцепций, профессиональных стандартов, лучших образцов практики зарубежных СМИ,

быть способным на базе этой информации понять специфические и общие тенденции и перспективы развития мировой медиаиндустрии и уметь использовать эти знания в исследовательской и практической профессиональной деятельности.

Иметь знания в области медиаэкономики и пользоваться ими в практической деятельности.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Понятие современной медиасистемы. Глобальная медиасистема. Медиасистема. Медиасистема США, Италии. Медиасистема Франции. Медиасистема ФРГ. Медиасистема Великобритании. Медиасистема России.

Системный подход к изучению СМИ. Структура медиасистемы. Элементы медиасистемы

Телевидение, радио, пресса, интернет, телеком-сектор – основные элементы глобальной медиасистемы. Методы психологии, социологии, культурологи, экономики, юриспруденции. Задачи и методы теоретических исследований. Системный подход при исследовании объектов и процессов. Анализ и синтез – основные методы изучения и создания объектов и процессов. Порядок теоретических исследований: анализ физической сущности процессов, явлений, формулирование гипотезы. Эмпирические методы: наблюдение, сравнение, счет, измерения, экспериментальные исследования. Методика проведения эксперимента и разработка плана его реализации. Обработка и анализ экспериментальных данных. Понятие модели. Моделирование – основа научных исследований. Физические и имитационные модели Организация работы с информацией, литературой, источниками и базами данных, правовыми документами, людьми Основные общенациональные газеты и журналы, региональная пресса, общенациональные каналы, региональные каналы, телеком-сектор.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

ОК-4, 7, 11, 12, 15, 16, 17, 19, 21;

ПК- 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 19.

М2.Б.4 Медиаэкономика

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели и задачи лекционных занятий:

– сформировать представление об экономических процессах, происходящих в современной медиаотрасли России;

– предоставить комплекс знаний и навыков, методологические и технологические основы создания и дальнейшего оптимального функционирования предприятия, выпускающего СМИ, на медиарынке России;

– формирование целостного представления о технологии создания предприятия массмедиа и его медийных продуктов на пути от замысла до воплощения с применением метода моделирования;

– углубить представление о бизнес-моделировании как инструменте создания, текущего управления и развития предприятия массмедиа.

Цели и задачи практических занятий:

- подготовить студентов к использованию комплекса знаний и навыков, методологических и технологических основ бизнес-моделирования на практике при создании, изменении концепции, других изменениях в стратегии и функционировании медиапредприятия и его медийных продуктов;
- сформировать способности самостоятельно анализировать и делать собственные выводы об уровне профессиональных стратегий, действий, реалий, присутствующих на тех или иных предприятиях медиаотрасли;
- предоставить студентам возможность моделировать бизнес-процессы современного медиапредприятия, действующего в условиях становления национальной экономики и гражданского общества в России.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к базовому циклу дисциплин ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 Журналистика (ООП магистратуры 68) и входит в перечень базовых профессиональных дисциплин.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Медиаотрасль и фирма массмедиа в системе национального рынка, Регулярный менеджмент в системе эффективного функционирования медиапредприятия, Бизнес-план в системе стратегического планирования медиапредприятия

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

ОК-4, 7, 11, 12, 15, 16, 17, 21;

ПК-1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 19.

М2.Б.5 Современный медиатекст

Цели и задачи учебной дисциплины: Необходимость введения данного курса обусловлена потребностью факультета журналистики в подготовке специалистов широкого профиля, свободно ориентирующихся как в сфере теории, так и в сфере практики отечественных и зарубежных СМИ. Коммуникативистика, теоретическая наука о методах познания закономерностей человеческого общения, обязательная для специализаций «связи с общественностью» и «реклама», дает надежный фундамент для преподавания дисциплины «Современный медиатекст», которая ставит своей целью изучение в первую очередь законов функционирования текстов и дискурсов в пространстве массовой коммуникации в социуме в условиях распространения массовой культуры. В задачи курса входит ознакомление с азами анализа текста, освоение наработок западных и отечественных ученых в этой сфере (М.Бахтин, Ю. Лотман, Т. Ван Дейк, Р.Барт). Магистр должен получить представление о главных видах текстов, об этапах развития мировой медиасферы и понять специфику медийного модуля, отличающего медийные тексты от научных, юридических, рекламных и т.д. В задачи курса также входит обучение методике анализа отдельного медийного произведения с позиций лингвокультурологического метода.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к общегуманитарному циклу ООП, начинает цикл лекционных курсов по массовым коммуникациям. Она базируется на программе вуза по теории массовой коммуникации и предполагает углубление навыков медиаобразования, в частности - анализа медийного текста (дискурса) в других дисциплинах цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Курс базируется на общей теории коммуникации и ставит целью углубление навыков отдельных текстов и дискурсов в СМИ. Главное внимание уделено газетным и журнальным текстам, но для сравнения привлекаются теле-программы и интернет-материалы. Уделено внимание рекламной и ПР-коммуникациям. Уточняются термины: медийность, медийный текст, событийность и медиа-эффект.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

ОК-1, ОК-4, ОК-11, ОК-16, ОК-18, ОК-20, ОК-22,
ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7

М2.Б.6 Язык и стиль СМИ**Цели и задачи учебной дисциплины:**

Курс «Язык и стиль СМИ» ставит целью знакомство с языком как основным средством общения, передачи информации и воздействия на широкую аудиторию и обучение эффективному использованию его средств.

Задачи изучения дисциплины:

- расширение и углубление знаний в сфере особенностей аналитической журналистики;
- расширение и углубление знаний особенностей языка и стиля современных СМИ;
- расширение и углубление знаний учащихся в области теории функциональных стилей;
- углубление знаний о языке газетной публицистики и об основных тенденциях изменений в языке современной газеты;
- знакомство с дифференциацией языковых средств в зависимости от газетного жанра;
- развитие навыков владения публицистической речью.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Язык и стиль в СМИ» относится к Профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура 68) и входит в базовую (общепрофессиональную) часть этого цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Публицистический стиль современного русского языка

Особенности языка текста массовой информации

Язык и стиль СМИ как система выразительных средств в журналистике

Язык и стиль СМИ и литературная норма

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

а) общекультурные: ОК-1, ОК-4, ОК-11, ОК-16, ОК-18, 19, ОК-20, ОК-22;

б) профессиональные: ПК-1, 2, 3, 4, 5, 7.

М2.Б.7 Деонтология журналистики

Цели и задачи учебной дисциплины: Цель изучения дисциплины – помочь студентам глубоко осознать характер нравственных ценностей и сформировать свою профессиональную позицию, основанную на профессиональном долге и ответственности журналиста.

Задачи дисциплины:

- освоение студентами знаний принципов деонтологии;
- формирование устойчивого знания о профессиональном долге журналиста и развитие способности к ответственному отношению в профессии;
- раскрытие содержания основных этико-правовых норм и представлений, принятых мировым и российским журналистскими сообществами как стандарты ответственного профессионального поведения;
- развитие умения соблюдать принципы деонтологии в профессиональной деятельности.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к Профессиональному циклу дисциплин ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 Журналистика (ООП магистратуры 68) и входит в базовую часть этого цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Деонтология журналистики как наука и практическая проблема, Принципы деонтологии в профессиональной деятельности журналиста

Форма промежуточной аттестации: зачет**Коды формируемых (сформированных) компетенций:**

ОК-2, 3, 6, 9, 13;

ПК-1, 3, 5.

М2.В.ОД.1. Менеджмент в рекламе и СО

Цель и задачи учебной дисциплины:

Цель: формирование у студентов знаний о менеджменте как искусстве управления рекламной и СО-организациями и творческим процессом.

Задачи: рассмотреть понятие менеджмента, его функций; дать представление о специфике деятельности рекламистов и пиарменов в агентстве или службе, в рекламном и СО-отделах организаций и предприятий; рассмотреть комплексную рекламную и СО-кампанию в коммуникационном, творческом и экономическом аспектах.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и СО» является одной из дисциплин профессионального цикла профиля «Реклама и связи с общественностью» и читается в начале курса обучения. Эта дисциплина осваивается студентами параллельно с дисциплинами «Система современных видов рекламной и СО-коммуникации», «Разработка рекламного и СО-продукта», «Бренд-менеджмент». Курс «Менеджмент в рекламе и СО» является необходимым для эффективного изучения последующих дисциплин «Организация кампаний в сфере СО» и «Современная пресс-служба», что позволяет студентам оценить роль менеджмента в рекламном и СО-бизнесе, освоить современные методы управления как организацией, так и творческим процессом.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

В результате изучения данной дисциплины студенты должны познакомиться с категориально-понятийным аппаратом менеджмента, основами управления как организацией (рекламное и СО-агентства, рекламная и СО-службы, рекламный и СО-отдел и др.), так и производственно-творческим процессом (планирование, организация и проведение рекламной и СО-кампании). Практический компонент связан с освоением современных методик создания промплана с проведением конкретных рекламных и СО-кампаний.

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-4, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10.

б) профессиональные: ПК-6, ПК-9.

М2.В.ОД.2 Система современных видов рекламной и СО коммуникации

Цели и задачи учебной дисциплины:

Дать общее представление о системе рекламной и СО коммуникации, сформировать базовые профессиональные компетенции для ведения самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Формирование у магистрантов комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки (инициирования, концептуализации, реализации и измерения эффективности) рекламного и СО-проекта.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Система современных видов рекламной и СО коммуникации» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика и входит в цикл обязательных дисциплин.

Будучи преимущественно прикладной, настоящая дисциплина дает представление о многообразии коммуникационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Ввиду усложняющихся в XXI веке задач продвижение субъекта рекламной и СО-деятельности немыслимо без многообразного взаимодействия с целевыми аудиториями (разными видами общественности).

Учебная дисциплина «Система современных видов рекламной и СО коммуникации» является предшествующей для следующих дисциплин: «Социальная реклама», «Коммуникация в точке реализации товаров и услуг», «Выставочная деятельность», «Социальная тематика печатных СМИ», «Интернет-проекты периодических изданий». Параллельно с курсом «Система современных видов рекламной и СО коммуникации» изучаются такие дисциплины, как «Разработка рекламного и СО-продукта», «Бренд-менеджмент», «Проблемы современности и повестки дня СМИ».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Роль рекламной коммуникации в системе маркетинга. Газетно-журнальная, наружная реклама и реклама на транспорте: виды и особенности использования. Электронные средства современной рекламы. Особенности использования прямой, событийной и стимулирующей рекламы. Фирменный стиль: творческие способы решения маркетинговых задач. Связи с общественностью как коммуникационная деятельность в XXI веке. Документы как средства коммуникации в СО. Проект в связях с общественностью как путь СО-коммуникации.

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-4, ОК-10, ОК-22.

б) профессиональные: ПК-2, ПК-7, ПК-12, ПК-16.

М2.В.ОД.3 Разработка рекламного и СО-продукта

Цели и задачи учебной дисциплины: Цель учебной дисциплины: дать комплексное представление о творческой стороне коммуникативной деятельности в процессе разработки рекламного и СО-продукта. Задачи: а) ознакомить студентов с основными критериями творческой деятельности; б) дать представление о приемах творческого воплощения идеи; в) обучить основным методикам создания и оценки эффективных рекламных и СО-обращений; г) научить студентов создавать эффективные послания, применяя те или иные методы и приемы.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Разработка рекламного и СО-продукта» относится к Профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура). Данная учебная дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин: «Социальная реклама», «Коммуникация в точке реализации товаров и услуг», «Выставочная деятельность», «Организация кампании в сфере СО», «Реклама и СО в туризме». Параллельно с курсом «Разработка рекламного и СО-продукта» изучаются такие дисциплины, как «Система современных видов рекламной и СО коммуникации», «Бренд-менеджмент», «Менеджмент в рекламе и СО».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Планирование рекламной и СО-стратегии торговой марки (бренда). Реклама и СО как виды творческой деятельности. Методы рекламного и СО-творчества. Критерии оценки рекламной и СО-идей. Типы стратегий в рекламной и СО-кампаниях. Рекламное позиционирование. Творческая стратегия торговой марки (бренда). Рекламная и СО-коммуникация: подходы к формулированию. Структура и композиция рекламного обращения. Психология восприятия рекламного продукта. Оценка коммуникативной эффективности рекламного обращения.

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-1 ОК-4, ОК-7, ОК-10, ОК-14, ОК-16, ОК-22, ОК-24.

б) профессиональные: ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-12, ПК-16.

М 2.В.ОД.4 Бренд-менеджмент

Цели и задачи учебной дисциплины: создание системного представления о бренд-менеджменте, профессиональных обязанностях бренд-менеджера, о различных подходах к созданию брендов, принципах и технологиях разработки фирменного стиля и формирования брендов, ребрендинге, о коммерческой брендинге и брендинге территорий.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к вариативной части (обязательные дисциплины) профессионального цикла ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 Журналистика (ООП магистратуры).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Основы бренд-менеджмента. Категорийально-понятийный аппарат бренд-менеджмента. Профессиональные обязанности бренд-менеджера. Западный и восточный подход к созданию брендов. «Свободно стоящие марки» и суббренды. Кобрендинг. Бренд-мимикрия. Технология разработки и продвижения брендов. Брифы на разработку и продвижение брендов. Бренд-бук. Упаковка и этикетка

как визуальные маркеры бренда. Ребрендинг. Брендинг территории. Нестандартные способы продвижения брендов.

Форма промежуточной аттестации

зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций

- а) общекультурные: ОК-4, 22, 24,
- б) профессиональные: ПК-2, ПК-6.

М2.В.ОД 5 Иностранный язык (английский)

Цели и задачи учебной дисциплины: основной целью обучения является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, развитие навыков и умений во всех видах речевой деятельности (аудировании, говорении, чтении, письме) для активного применения иностранного (английского) языка в профессиональной и научной сферах общения.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: дисциплина профессионального цикла. Учебная дисциплина «Иностранный язык» (английский) относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 «Журналистика» (магистратура).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины. Данная учебная программа позволяет организовать аудиторную и самостоятельную работу студентов в профессиональной и научной сферах коммуникации и изучения иностранного языка. Программа обеспечивает развитие и совершенствование основных навыков владения иностранным языком.

Формы промежуточной аттестации: зачет. Примеры контрольно-измерительных материалов промежуточной аттестации включают текст для чтения и реферирования научного характера объемом до 2000 печатных знаков и тему для монологического высказывания и беседы с экзаменатором по вопросам, связанным со специальностью и научной работой магистра.

Коды формируемых компетенций: ОК – 19.

М.2.В. ДВ.1.1 Организация кампаний в сфере СО

Цели и задачи учебной дисциплины:

Обеспечение студентов необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми при организации кампаний в сфере СО.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Организация кампаний в сфере СО» относится к дисциплинам по выбору Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

В результате изучения данной дисциплины студенты должны познакомиться с ключевыми принципами и методами проведения кампаний в сфере СО, получить представление о технологиях и современных концепциях проведения кампаний, научиться структурировать СО-кампании и проводить их оценку с точки зрения эффективности.

Коды формируемых (сформированных) компетенций

- а) общекультурные: ОК-1, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15;
- б) профессиональные: ПК-6, ПК-7, ПК-12.

М2.В.ДВ.1.2. Современная пресс-служба

Цели и задачи учебной дисциплины:

Изучить теоретические основы деятельности современной пресс-службы и привить навыки для работы в подразделении по связям со СМИ.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Современная пресс-служба» относится к Профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура 68).

Предметная направленность определяет специфику курса, включающего цикл лекций по информационной работе коммерческих, некоммерческих, государственных учреждений со СМИ и общественностью, пропаганде ими своих целей и решений, организации публичных акций, работающих на положительный имидж учреждения. Рассматриваются процедуры, методы, формы профессиональной работы, коммуникативные основы в связях с общественностью, особенности организации работы современной пресс-службы в разных профессиональных сферах, в государственном и муниципальном управлении, на региональном и федеральном уровнях, особенности взаимодействия пресс-секретаря с различными группами общественности, в том числе, с журналистами, с органами государственной власти.

Теоретические знания, полученные студентами в процессе освоения дисциплины, могут стать основой для применения и развития профессиональных навыков в практико-ориентированных проектах. В практическом плане курс позволит студентам овладеть навыками и приемами, которые помогут скоординировать процесс организации деятельности в сфере связей с общественностью, повлиять на эффективность корпоративной работы, направленной на формирование имиджа организации, применять на практике методы и технологии работы взаимодействия со СМИ, с различными группами общественности, планировать и программировать работу пресс-службы в структуре организации.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

В результате изучения данной дисциплины у магистрантов необходимо сформировать представление о функциях, задачах, принципах работы современной государственной пресс-службы; о функциях, задачах, принципах работы, статусе пресс-секретаря в структуре организации; освоить навыки использования методов информационной работы государственных учреждений со средствами массовой информации и общественностью; принципы планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы.

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

а) общекультурные: ОК – 6,7,8,10,13,18, 22;

б) профессиональные: ПК – 2,5,6,18,19.

М2.В.ДВ.1.3 Политический и бизнес-консалтинг

Цель и задачи учебной дисциплины:

Дать представление о специфике консалтинга в политике и бизнесе.

Выяснить особенности политики и бизнеса как сфер востребования консалтинга; выявить задачи консультанта; познакомить с методикой анализа коммуникационных проблем в политике и бизнесе; показать пути разрешения проблем в бизнесе и политике. Сформировать навыки консультирования и диагностирования проблемных ситуаций, смягчать и нейтрализовать конфликты и кризисы разных типов.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Политический и бизнес-консалтинг» относится к циклу дисциплин по выбору М2.В.ДВ.1.3, обеспечивающих подготовку по направлению 031300.68 Журналистика (магистратура).

Учебной дисциплине «Политический и бизнес-консалтинг» предшествует изучение дисциплин «Имиджелогия» и «Политтехнологии».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Субъекты и объекты консультирования. Методика консультирования. Конфликт и кризис как катализаторы коммуникационной деятельности. Политика. Информационные войны. Компромат. Медиарилейшнз. Политическая реклама. Пресс-служба политической партии. Формы работы со СМИ: Брифинг. Журналистский пул. Пресс-тур. Бизнес как сфера деятельности. Имидж. Корпоративный стиль. Репутация. Репутационные риски. Понятия «паблисити», «репутация», «имидж», «честь». Имидж как коммуникационный феномен.

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций

- а) общекультурные: ОК-4, ОК-8, ОК-15, ОК-16;
- б) профессиональные: ПК-4, ПК-7, ПК-15, ПК-16.

М2.В.ДВ.2.1 Персоносфера рекламы

Цели и задачи учебной дисциплины:

- ознакомить студентов с теоретическими и практическими знаниями в области персониферы рекламы;
- дать системное представление о персонифере рекламы;
- изучить основные классификации рекламного персонажа, функции РП;
- продемонстрировать коммуникативные возможности рекламного персонажа;
- теоретически обосновать необходимость знаний о персонаже рекламных сообщений;
- продемонстрировать на конкретных примерах эффективность использования тех или иных видов персонажей в рекламе;
- научить студентов на практике применять знания о персонифере при создании рекламных объявлений.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к курсам по выбору вариативной части профессионального цикла ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 Журналистика (ООП магистратуры).

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям включают знание студентами системы современных печатных СМИ, основы рекламной деятельности, владение русским языком, умение создавать рекламные сообщения.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Рекламный персонаж: понятие и сущность. Коммуникативный потенциал рекламного персонажа. Классификации рекламного персонажа. Генетический подход к классификации рекламного персонажа. Структурный подход к классификации рекламного персонажа. Социально-ориентированный подход к классификации рекламных персонажей. Эмоционально-эстетический подход к классификации рекламных персонажей. Рекламный персонаж как элемент сюжетопостроения

Форма промежуточной аттестации

зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций

- а) общекультурные: ОК-4, 22;
- б) профессиональные: ПК-2, ПК-7, ПК-9.

М2.В.ДВ.2.2 Выставочная деятельность

Цели и задачи учебной дисциплины: ознакомить студентов с азами локальной и международной выставочной деятельности; сформировать представление об алгоритме организации и проведения выставок различного уровня, принципах подбора тематики и условиях участия в выставках; изучение типов и видов выставочных стендов, принципов формирования экспозиции; выявление корпоративных целей и задач участия в выставках, изучение приемов повышения эффективности выставок и ярмарок.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Учебная дисциплина «Выставочная деятельность» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 – Реклама и связи с общественностью и входит в цикл дисциплин по выбору.

Данная учебная дисциплина систематизирует знания и навыки, полученные в процессе изучения предшествующих курсов: «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы менеджмента», «Реклама в сфере применения».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

В результате изучения данной дисциплины студенты должны познакомиться с основными организационными и правовыми аспектами международной, региональной и локальной выставочной деятельности, изучить ключевые ритуалы выставочной деятельности и получить представление о современных методах экспонирования.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

- А) общекультурные: ОК-1, ОК-4, ОК-11, 15, 24;

Б) профессиональные: ПК-2, 7.

М2.В.ДВ.2.3 Реклама и СО в туризме

Цели и задачи учебной дисциплины: изучение рекламных и ПР-технологий в туристической деятельности как одного из важнейших инструментов системы маркетинговых коммуникаций. Рассмотрение основных принципов организации рекламной и ПР-деятельности на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма, изучение средств и методов распространения рекламной информации в туристическом бизнесе, взаимосвязи маркетинговой и рекламной стратегии фирмы, организации и планирования рекламной и ПР-кампании в туризме, возможностей взаимодействия предприятий сервиса и рекламных агентств.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к курсам по выбору вариативной части профессионального цикла ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 Журналистика (ООП магистратуры).

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям включают знание студентами системы современных печатных СМИ, основы рекламной деятельности, владение русским языком, умение создавать рекламные сообщения.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины: Основы туризма. Виды туризма. Интегрированные коммуникации в сфере туризма. Виды туристической рекламы в зависимости от объекта рекламирования, от территории охвата, каналов распространения, характера воздействия. Жанры рекламных и СО-сообщений в сфере туризма. Использование вербальных и графических средств в рекламных и СО-текстах.

Форма промежуточной аттестации
зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-4, 16;

б) профессиональные: ПК-2, 10, 15.

М2.В.ДВ.3.1 Политическая реклама

Цели и задачи учебной дисциплины:

Дать целостное представление о характере и формах политической рекламы, месте этого вида рекламы в массовой коммуникации. Выделить место, занимаемое современной политической рекламой среди других разновидностей рекламы. Дать представление об институционализации политической рекламы в современной системе массовой коммуникации. Проанализировать целевые аудиторные группы, тематический спектр, функциональное назначение политической рекламы. Проанализировать творческие особенности создания политической рекламы, эффективность воздействия на конечного потребителя при использовании традиционных и новых средств массовой коммуникации.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к курсам по выбору вариативной части профессионального цикла ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 – Журналистика (ООП магистратуры).

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям включают знание студентами ключевых терминов и законодательных норм, связанных с политической рекламой, умение анализировать творческие приёмы, используемые в создании политической рекламы, и оценивать их эффективность, способность определять аудиторную направленность, функциональное назначение конкретных образцов политической рекламы, умение самостоятельно проработать идейную концепцию политической рекламы по заданным условиям.

Эта дисциплина осваивается студентами параллельно с дисциплинами «Социальная и политическая реклама в СМИ», «Создание имиджа средствами СМИ», «Законодательство о рекламе и связях с общественностью», «Методы конкретно-социологических исследований в массовой коммуникации», «Интерактивные методы в массовой коммуникации».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

Понятие, сущность, цели, задачи, функции, объект и субъект политической рекламы. История и виды политической рекламы. Имидж политического объекта. Законодательное регулирование политической рекламы. Творческие особенности создания политической рекламы. Каналы размещения политической рекламы. Заказчики политической рекламы. Разработка концепции политической рекламы.

Форма промежуточной аттестации

Зачёт

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные – ОК-1, 3, 6, 16, 22;

б) профессиональные – ПК-6, 12.

М2.В.ДВ.3.2 Социальная реклама

Цели и задачи учебной дисциплины:

Знакомство студентов с одним из специфических видов рекламы: социальной рекламой. Формирование представлений о ее функциональном назначении, особенностях законодательного регулирования, каналах распространения, развитие практических навыков создания социальной рекламы с учетом характера целевой аудитории и творческой специфики.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина относится к курсам профессионального цикла ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300 «Журналистика» (ООП магистратуры, профиль подготовки «Реклама и публич- рилейшнз»).

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям включают: знание студентами ключевых терминов в области социальной рекламы, умение анализировать творческие приемы оформления и подачи социальной рекламы через различные каналы массовой коммуникации, а также оценивать их эффективность, способность определять аудиторную направленность социальной рекламы, способность самостоятельно проработать идейную концепцию социальной рекламы (от слогана до композиционно-графической модели) для полиграфии.

Данная дисциплина осваивается студентами параллельно с другими предметами профессионального цикла: «Современные теории массовой коммуникации», «Психология и социология массовой коммуникации». Базируясь на них, студенты приступают к изучению существенных отличий между различными видами рекламы, творческих особенностей создания образцов социальной рекламы. Дисциплина «Социальная реклама» является необходимой для эффективного изучения дисциплин ««Медиаобразование», «Журналистика как социокультурный феномен», что позволяет студентам изучить особенности социальной рекламы во взаимосвязи с коммуникативными стратегиями развития современного общества. Курс является также базой для учебной и производственных практик, связанных с созданием образцов социально ориентированных коммуникативных посланий, освоения знаний, необходимых в будущей практической рекламной и журналистской деятельности.

Краткое содержание (дидактической единицы) учебной дисциплины:

В результате изучения данной дисциплины студенты должны познакомиться с понятийным аппаратом социальной рекламы, выяснить место социальной рекламы в системе современных массовых коммуникаций, а также освоить процесс разработки специфического рекламного продукта.

Форма промежуточной аттестации:

Зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

а) общекультурные: ОК-1, ОК-3, ОК-11;

б) профессиональные: ПК-6, ПК-12.

М2.В.ДВ.3.3 Коммуникация в точке реализации товаров и услуг

Цели и задачи учебной дисциплины: дать общее понятие об особенностях коммуникации в точке реализации товаров и услуг, познакомить студентов с профессиональной терминологией, использование которой будет необходимо в их практической деятельности, рассмотреть специфику различных видов коммуникации на местах продаж, познакомить студентов с практическими проблемами организации рекламного процесса на местах реализации товаров и услуг.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплины по выбору) профессионального цикла ФГОС ВПО по направлению подготовки 031300.68 Журналистика (магистратура)

Основные знания, умения и навыки, которыми студент должен овладеть в результате изучения дисциплины:

— ознакомить студентов с теоретическими и практическими знаниями в области мерчандайзинга; с целями и задачами мерчандайзинговых мероприятий производителя товаров и услуг и торговой точки;

– рассмотреть основные классификации и виды коммуникации на местах продаж;

– ознакомить студентов с приемами воздействия в точке продаж, закономерностями восприятия рекламы на местах продаж, основными преимуществами и недостатками POS-рекламы;

– научить студентов оценивать внешнее и внутреннее оформление точек продаж в свете теорий и методик мерчандайзинга;

– научить студентов анализировать эффективность размещения POS-материалов в конкретных точках торгового пространства.

– продемонстрировать на конкретных примерах эффективность и неэффективность использования POS-материалов в торговых точках.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям включают знание студентами основ рекламной деятельности, маркетинговой коммуникации, основных средств рекламы.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Мерчандайзинг: понятие и сущность. Внутреннее пространство торговой точки. Концепции точек реализации товаров и услуг. Атмосфера магазина. Зонирование торгового пространства. Практика выкладки товаров. POS-реклама. Поведение потребителей.

Форма промежуточной аттестации

зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-6, 22, 24;

б) профессиональные: ПК-2.

М2.В. ДВ.4.1 Игровые технологии в рекламе и СО

Цели и задачи учебной дисциплины:

Знакомство студентов с основными профессиональными терминами в области игровых технологий в сфере рекламы и PR, формирование представлений о видах игровых технологий, философско-психологическом и лингвистическом аспекте категории игры.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Игровые технологии в рекламе и СО» относится к циклу дисциплин по выбору Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура). Дисциплина является предшествующей для следующего учебного курса: М2.В.ДВ.2.3 Коммерческая номинация.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

В результате изучения данной дисциплины студенты должны познакомиться с основными игровыми технологиями, используемыми в рекламе и PR, иметь представление о функционировании различных игровых приемов в современных рекламных и PR-обращениях, получить навыки применения игровых технологий в рекламных и PR-посланиях.

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-1, ОК-4, ОК-5, ОК-15.

б) профессиональные: ПК-6, 7, ПК-18.

М2.В.ДВ.4.2 Корпоративные СО

Цели и задачи учебной дисциплины:

Дать целостное представление об основных социально-психологических закономерностях возникновения и функционирования социальных групп, групповых процессах, определяющих эффективность дея-

тельности группы, влияние личности руководителя на успешность лидерства внутри организации, об основных принципах формирования и управления трудовыми коллективами и командами.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Корпоративные СО» относится к Профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура 68) и входит в профессиональную часть этого цикла.

Корпоративные связи в СО – это комплексная деятельность. Главное же в ней – соответствие целям, которых компания стремится достигнуть, выстраивая систему взаимоотношений со своими сотрудниками. Корпоративные связи призваны повышать уровень лояльности и мотивированности персонала и эффективность деятельности работников фирмы. Создание позитивного имиджа компании в глазах сотрудников влияет на имидж компании во внешнем мире, так как персонал является одним из каналов трансляции информации на широкий рынок. Поэтому корпоративные связи являются важнейшей частью или аспектом СО-практики. Место корпоративных связей в системе высшего образования определяется тем, что значимость работы с персоналом со временем только возрастает. Сегодня основную ценность бизнеса представляет трудовой коллектив компании. Правильно построенная работа по внутреннему PR поможет наладить внутрикорпоративные связи, организовать своевременное информирование работников о положении дел, сформировать положительный имидж компании и, как следствие, повысить лояльность и преданность каждого сотрудника.

Учебная дисциплина «Корпоративные связи в СО» является предшествующей для следующих дисциплин: «Социальная реклама», «Политическая реклама».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

В результате изучения данной дисциплины у магистрантов необходимо сформировать системное представление о видах и способах организации внутрикорпоративной коммуникации, освоить современные представления о внутренних связях и отношениях в организациях.

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

а) общекультурные: ОК – 3,6,7,8,10,15,18,21,22;

б) профессиональные: ПК – 5,6,12,13,15, 19.

М2.В.ДВ.4.3 Коммерческая номинация

Цели и задачи учебной дисциплины.

Цель изучения учебной дисциплины – освоить понятия коммерческой номинации и эффективной коммерческой номинации; овладеть принципами построения эффективного названия.

Основными задачами учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными понятиями теории нейминга; познакомить с основными составляющими эффективности коммерческого названия; дать информацию о месте коммерческой номинации в системе родственных понятий – нейминг, товарный знак, бренд, номен и др.; дать сведения об основных методах определения эффективности коммерческого названия.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Коммерческая номинация» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура 68) и входит в вариативную часть этого цикла.

подготовки журналиста по профилю «Реклама и связи с общественностью». Место дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что проблема нейминга является актуальной проблемой в современном обществе. В настоящее время назрела потребность в оптимизации процесса коммерческой номинации, в необходимости обобщения результатов исследований отечественных и зарубежных ученых в этой сфере, возникла необходимость разработки рекомендаций по эффективному неймингу.

Учебная дисциплина «Коммерческая номинация» является предшествующей для дисциплины «Разработка СО продукта».

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

В результате изучения данной дисциплины студенты должны познакомиться с категориально-понятийным аппаратом теории номинации, алгоритмом создания эффективного коммерческого названия.

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Коды формируемых (сформированных) компетенций

а) общекультурные: ОК-1, 3, 4, 5, 6, 11, 12, 15, 20;

б) профессиональные: ПК-1, 4, 6, 7, 14.

Приложение 5

Аннотация программы производственной практики

М3.П.1 Производственная практика

1. **Цели производственной практики:** Формирование общекультурных и профессиональных компетенций магистранта в сфере рекламы и ПР.
2. **Задачи производственной практики:** Приобрести навыки эффективной работы в составе творческого и / или исследовательского коллектива на региональном и /или федеральном рынке рекламы и ПР.
3. **Время проведения производственной практики**
1 курс, 2 семестр (6 недель) и 2 курс, 1 семестр (6 недель).

4. **Формы проведения практики:** полевая

5. **Содержание производственной практики:** Общая трудоемкость производственной практики составляет 18 ЗЕТ / 648 часов.

Разделы производственной включают: подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности, экспериментальный этап (разработка рекламного или СО-продукта), обработка и анализ полученной информации, обобщение опыта творческой профессиональной деятельности магистранта в виде отчета, статьи, аналитической записки.

Образовательные технологии, используемые на производственной практике: знакомство с организацией, участие в разработке рекламной или СО-кампании, рекламной или СО-продукции.

6. **Формы промежуточной аттестации (по итогам практики).** Доклад научному руководителю об итогах практики (достижении поставленной цели и решении поставленных задач). Оценка (18 января).

7. **Коды формируемых компетенций:**

- а) общекультурные: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, ОК-20, ОК-22, ОК-23, ОК-24;
- б) профессиональные: ПК-1, 2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-17, ПК-18, ПК-19.

Аннотация программы практики проведения исследований в профессиональной сфере

М3.Н.1 Проведение исследований в профессиональной сфере

1. **Цели проведения исследований в профессиональной сфере (практика):** Формирование профессиональных компетенций в сфере ведения исследований публичной коммуникационной деятельности организации (рекламы и PR).
2. **Задачи проведения исследований в профессиональной сфере (практика):** Сформировать компетенции, свидетельствующие о навыках ведения самостоятельных научных исследований в сфере рекламы и PR. Сформировать навыки представления полученных результатов исследования в виде самостоятельного, законченного научного исследования (магистерской диссертации).
3. **Время проведения исследований в профессиональной сфере (практика):** 2 курс, 2 семестр (4 недели)

4. **Формы проведения практики:** полевая

5. **Содержание проведения исследований в профессиональной сфере (практика):** Общая трудоемкость учебной практики составляет 6 ЗЕТ / 216 часа.

Научно-исследовательская работа включает следующие этапы: подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности, экспериментальный этап (разработка рекламного или СО-продукта), обработка и анализ полученной информации, обобщение опыта творческой профессиональной деятельности магистранта в виде статьи, магистерской диссертации, аналитической записки. Применение научных методов при анализе коммуникационной деятельности организации, репрезентация полученных данных в виде разделов магистерской диссертации.

Образовательные технологии, используемые при проведении исследований в профессиональной сфере (практика): знакомство с организацией, участие в разработке рекламной или СО-кампании, анализ достигнутых в ходе коммуникационной кампании результатов, оценка их в ас-

пекте эффективности, объективация результатов исследования в виде в виде статьи, магистерской диссертации, аналитической записки, выступления на научной конференции.

6. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики): зачет. Доклад научному руководителю об итогах практики (достижении поставленной цели и решении поставленных задач). Оценка (15 марта).

7. Коды формируемых компетенций:

а) общекультурные: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ОК-14, ОК-15, ОК-16, ОК-17, ОК-18, 19, ОК-20, ОК-21, ОК-22, ОК-23, ОК-24;

б) профессиональные: ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20.

Приложение 6

Библиотечно-информационное обеспечение

№ п/п	Уровень, ступень образования, вид образовательной программы (основная / дополнительная), направление подготовки, специальность, профессия	Объем фонда учебной и учебно-методической литературы		Количество экземпляров литературы на одного обучающегося, воспитанника	Доля изданий, изданных за последние 10 лет, от общего количества экземпляров (для цикла ГСЭ – за 5 лет)
		Количество наименований	Количество экземпляров		
1	2	3	4	5	6
1.	Высшее образование, магистратура, основная, направление 031300.68 «Журналистика»				
	В том числе по циклам дисциплин:	91	398	0,9	100%
	Общенаучный	44	189	0,9	100%
	Профессиональный	47	209	0,9	100%

Обеспечение образовательного процесса официальными ,периодическими,
справочно-библиографическими изданиями, научной литературой

№ п/ п	Типы изданий	Количество наименова- ний	Количество однотомных экземпляров, годовых и (или) многотомных комплектов
1	2 .	3	4
1.	Официальные издания (сборники законодательных актов, нормативных правовых актов и кодексов Российской Федерации (отдельно изданные, продолжающиеся и периодические)		
2.	Общественно-политические и научно-популярные периодические издания (журналы и газеты)	461	6079
3.	Научные периодические издания (по профилю (направленности) образовательных программ)	56	572
4.	Справочно-библиографические издания:	3155	12704
4.1.	энциклопедии (энциклопедические словари)	3155	12704
4.2.	отраслевые словари и справочники (по профилю (направленности) образовательных программ)	38	306
4.3.	текущие и ретроспективные отраслевые библиографические пособия (по профилю (направленности) образовательных программ)	22	35
5.	Научная литература	5134	6683
6.	Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет		

Всем обучающимся обеспечен доступ к электронно-библиотечной системе и электронному каталогу

Обеспечение образовательного процесса электронно-библиотечной
системой, необходимой для реализации заявленных к лицензированию образовательных программ

№ п/п	Основные сведения об электронно-библиотечной системе*	Краткая характеристика
1.	Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет	ЭБС «Издательства «Лань» Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ»
2.	Сведения о правообладателе электронно- библиотечной системы и заключенном с ним договоре, включая срок действия заключенного договора	Президент А.Л. Кноп, действующий на основании устава ООО «Издательство «Лань» Дополнительное соглашение б/н от 16.09.2013, срок действия год (до 16.09.2014) Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» : генеральный директор М.В. Дегтярев Договор №ДС-208 от 01.02.2012 (срок действия 3 года до 01.02.2015)
3.	Сведения о наличии зарегистрированной в установленном порядке базе данных материалов электронно-библиотечной системы	ЭБС «Издательства Лань» Свидетельство государственной регистрации БД № 2011620038 от 11.01.2011 Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» Свидетельство государственной регистрации БД № 2011620271)
4.	Сведения о наличии зарегистрированного в установленном порядке электронного средства массовой информации	ЭБС «Издательства «Лань» Свидетельства о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС77-42547 от 03 ноября 2010 г. http://www.e.lanbook.com Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» http://rucont.ru/
5.	Наличие возможности одновременного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе, в том числе одновременного доступа к каждому изданию, входящему в электронно-библиотечную систему, не менее чем для 25 процентов обучающихся по каждой из форм получения образования	ЭБС «Издательства «Лань» Неограниченный одновременный доступ всех пользователей ВГУ Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» Неограниченный одновременный доступ всех пользователей ВГУ
6.	Электронные образовательные ресурсы:	
	- электронные издания	Электронная библиотека ВГУ
	- информационные базы данных	

* Электронно-библиотечная система должна включать издания по основным изучаемым дисциплинам (без ограничения какой-либо отдельной предметной областью или несколькими специализированными областями).

Приложение 7
Материально-техническое обеспечение
 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Дисциплины	Перечень оборудования	Место расположения
Реклама и СО в туризме	мультимедиа-проектор BenQ MX511, нетбук Asus Eee PC 1015P, экран настенный CS 244*244;	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 01
Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях (включая технологии анализа и обработки данных) Информационная безопасность	жидкокристаллические мониторы Samsung (11 шт.), компьютеры с системными блоками Intel Celeron E1400 (11 шт.), интерактивная доска Promethean, клавиатуры Genius (11 шт.), оптические мыши Genius (11 шт.)	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 115 (компьютерный класс)
	жидкокристаллические мониторы Samsung (12 шт.), компьютеры с системными блоками Intel Celeron E1400 (12 шт.), мультимедиа-проектор BenQ MX511, интерактивная доска Promethean, клавиатуры Genius (11 шт.), оптические мыши Genius (11 шт.)	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 126 (компьютерный класс)
Медиаобразование Медиаэкономика	лаборатория конвергентной журналистики: компьютер с системным блоком i5 (1 шт.), компьютер с системным блоком Intel Celeron (1 шт.), мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244, жидкокристаллические мониторы Samsung (2 шт.)	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 212 (мультимедийный класс)
Система современных видов рекламной и СО коммуникации Деонтология журналистики Функциональный стиль массовой коммуникации Современный литературный процесс Иностранный язык Коммерческая номинация Корпоративные СО	мультимедиа-проектор Mitsubishi WD620U, экран настенный с электроприводом, акустическая система db Technologies, микрофон B-1	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 110
Методология и методика медиаисследований Язык и стиль СМИ Современная пресс-служба Коммуникация в точке реализации товаров и услуг	мультимедиа-проектор Mitsubishi WD620U, экран настенный с электроприводом, акустическая система Basic, компьютер Intel Celeron E1400, ЖК монитор Samsung, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 130
Система современных видов рекламной и СО коммуникации Современный медиатекст Журналистика как социокультурный феномен Проблемы современности и пове-	мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 02
	мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 111
	мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 123

<p>стки дня СМИ Политтехнологии Современные теории массовой коммуникации Философские основы науки и современного журнализма Имиджелогия Межкультурная коммуникация Менеджмент в рекламе и СО Разработка рекламного и СО-продукта Бренд-менеджмент Организация кампаний в сфере связей с общественностью Политический и бизнес-консалтинг Персонасфера рекламы Выставочная деятельность Политическая реклама Социальная реклама Коммуникация в точке реализации товаров и услуг Игровые технологии в рекламе и СО Коммерческая номинация Корпоративные СО Психология и социология массовой коммуникации Ораторское искусство Аргументация в журналистике</p>	мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 124
	мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 125
	мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 127
	мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 128
	мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 129
	мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 131
	мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 202
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. №03
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. №4
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 108
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 118
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 119
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 206
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 221
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. №222
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. №223а
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. №224
ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 131а	

Приложение 8*Кадровое обеспечение*

Кадровое обеспечение образовательного процесса осуществляет 25 преподавателей. Имеют ученую степень, звание 24, из них докторов наук, профессоров 7; ведущих специалистов 4.

96 % преподавателей имеют ученую степень, звание; 28 % докторов наук, профессоров; 16 % преподавателей привлечены из ведущих специалистов, что соответствует требованиям стандарта.

Все преподаватели на регулярной основе занимаются научно-методической деятельностью

Приложение 9

Характеристики среды Университета, обеспечивающее развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников.

В Университете созданы условия для активной жизнедеятельности обучающихся, для гражданского самоопределения и самореализации, для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, духовном, культурном и нравственном развитии.

В Университете сформирована система социальной и воспитательной работы. Функционируют следующие структурные подразделения:

- Управление по социальной и воспитательной работе (УВСПР);
- Штаб студенческих трудовых отрядов;
- Центр молодежных инициатив;
- Психолого-консультационная служба (в составе УВСПР);
- Спортивный клуб (в составе УВСПР);
- Концертный зал ВГУ (в составе УВСПР);
- Фотографический центр (в составе УВСПР);
- Оздоровительно-спортивный комплекс (в составе УВСПР);

Системная работа ведется в активном взаимодействии с

- Профсоюзной организацией студентов;
- Объединенным советом обучающихся;
- Студенческим советом студгородка;
- музеями ВГУ;
- двумя дискуссионными клубами;
- туристским клубом «Белая гора»;
- клубом интеллектуальных игр;
- четырьмя волонтерскими организациями;
- Управлением по молодежной политике Администрации Воронежской области;
- Молодежным правительством Воронежской области;
- Молодежным парламентом Воронежской области.

В составе Молодежного правительства и Молодежного парламента 60% – это студенты Университета.

В Университете 8 студенческих общежитий.

Работают 30 спортивных секций по 34 видам спорта.

Студентам предоставлена возможность летнего отдыха в спортивно-оздоровительном комплексе «Венеитиново», г. Анапе, на острове Корфу (Греция).

Организируются экскурсионные поездки по городам России, бесплатное посещение театров, музеев, выставок, ледовых катков, спортивных матчей, бассейнов.

Работает Отдел содействия трудоустройству выпускников.

В Университете реализуются социальные программы для студентов, в том числе выделение материальной помощи малообеспеченным и нуждающимся, социальная поддержка отдельных категорий обучающихся.

С целью развития личности студентов и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданских, общекультурных качеств обучающихся, на 1 и 2 курсах обеспечивается кураторство в академических группах.