

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	3
1.1. Основная образовательная программа магистратуры, реализуемая ФГБОУ ВО «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».	5
4.1. Годовой календарный учебный график.	6
4.2. Учебный план	6
4.3. Аннотации рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)	6
4.4. Аннотации программ учебной и производственной практик.	7
5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП магистратуры по направлению подготовки «Журналистика».	7
6. Характеристика среды вуза, обеспечивающая развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.	7
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП магистратуры по направлению подготовки «Журналистика».	8
7.1. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация.	8
7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников ООП магистратуры по направлению подготовки «Журналистика».	8
8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.	9

1. Общие положения

1.1. Основная образовательная программа магистратуры, реализуемая ФГБОУ ВО «ВГУ», магистерская программа «Реклама и публик 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 42.04.02 – Журналистика высшего образования (ФГОС ВО), 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 образования по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика (квалификация (степень) «магистр»), утвержденного приказом Министра образования и науки Российской Федерации от 11 ноября 2015 года №1295.

Квалификация, присваиваемая выпускникам: магистр.

1.2. Нормативные документы для разработки ООП магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 – «Журналистика» для разработки магистерской программы «Реклама и публик рилейшнз».

Нормативную правовую базу разработки ООП магистратуры составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 №273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Устав ФГБОУ ВО «ВГУ»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) высшего образования (ВО) по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 ноября 2015 г. №1295;
- 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 ВО) по направлению подготовки 42.04.02 – 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 профилю (магистерской программе) «Реклама и публик рилейшнз» – формирование у выпускника компетенций, необходимых для адекватного, эффективного и успешного выполнения профессиональной деятельности: уметь выполнять, основываясь на полученных теоретических знаниях и практике, 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 ВО по направлению подготовки 42.04.02 – 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 профилю (магистерской программе) «Реклама и паблик рилейшнз» – 2 года 5 месяцев.

1.3.3. Трудоемкость ООП магистратуры по направлению 42.04.02 – 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 на профиль «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 42.04.02 – 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 42.04.02 – 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.

научно-исследовательская;
журналистская авторская.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.

Научно-исследовательская деятельность:
проведение научного исследования различных аспектов функционирования СМИ, других видов массовой коммуникации на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.

Журналистская авторская деятельность:

выполнение профессионально-творческих обязанностей по созданию медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности.

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.

Общекультурные:

способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

способность использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологии (ОК-4).

Общепрофессиональные компетенции:

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

готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);

готовность осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3);

готовность осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ (ОПК-4);

готовность следовать принципам создания современных медиатекстов для разных медийных платформ, способность учитывать их специфику в профессиональной деятельности (ОПК-5);

готовность следовать принципам деонтологии в профессиональной практике, эффективно применять этические и правовые нормы (ОПК-6);

готовность учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности (ОПК-7);

готовность к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способность выполнять исследовательскую работу, опираясь на имеющийся российский и зарубежный опыт в данной области (ОПК-8).

Профессиональные компетенции:

журналистская авторская деятельность:

готовность создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знаний технологий и профессиональных стандартов (ПК-1);

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

научно-исследовательская деятельность:

готовность выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты (ПК-4).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению магистерской подготовки 42.04.02 – Журналистика содержание и организация образовательного процесса при реализации ООП «Реклама и публич-рейшнз» регламентируется Положением (П ВГУ 2.1.01 – 2014) «О порядке разработки и утверждения основных образовательных программ высшего образования»; Инструкцией (И ВГУ 2.1.09 – 2014) о по-

рядке разработки, оформления и введения в действие учебного, рабочего учебного планов основной образовательной программы высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура) в соответствии с ФГОС ВО Воронежского государственного университета «О порядке разработки, оформления, введения в действие учебного плана ВО в соответствии с ФГОС ВО»; 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 – 126 недель (2 года и 5 месяцев).
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, на 2 год – по результатам четвертого 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 блоков, частей 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.

Основная образовательная программа содержит базовую часть (Б1.Б) и вариативную часть (Б1.В), которая включает обязательные дисциплины (Б1.В.ОД) и дисциплины по выбору обучающихся (Б1.В.ДВ).

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

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

Основная образовательная программа магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 – «Журналистика», профиль (магистерская программа) «Реклама и паблик рилейшнз» в соответствии с требованиями ФГОС ВО предусматривает изучение следующих блоков учебного плана:

- Б1.Б Базовая часть;
- Б1.В Вариативная часть;
- Б2. Практики (учебная и производственная), НИР;
- Б3. Государственная итоговая аттестация;
- ФТД Факультативы.

Учебный план подготовки магистров по направлению подготовки 42.04.02 – «Журналистика», профиль (магистерская программа) «Реклама и паблик рилейшнз» в соответствии с требованиями ФГОС содержит:

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

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

Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) ООП магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика по профилю (магистерская программа) «Реклама и паблик рилейшнз» регламентируются 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 паблик рилейшнз» направления магистерской подготовки 42.04.02 – Журналистика см. в приложении 4.

4.4. Аннотации программ учебной и производственной практик (Приложение 5).

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика раздел основной образовательной программы магистратуры «Производственная практика» является обязательным 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, и включает в себя собственно НИР и научно-исследовательский семинар.

5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика.

Ресурсное обеспечение ООП магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика (профиль «Реклама и паблик рилейшнз») формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ магистратуры, определяемых ФГОС ВО 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 паблик рилейшнз» основной образовательной программы 42.04.02 – Журналистика, краткая характеристика привлекаемых к обучению педагогических кадров отражена в Приложении 8.

К образовательному процессу 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, 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 Приложении 9.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика.

В соответствии с ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 – 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 42.04.02 – 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 42.04.02 – Журналистика (магистратура). Стандарт содержит программу государственного эк-

замена (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 ВО по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика (магистратура). ГЭ имеет междисциплинарный характер и включает в себя проверку теоретических знаний и практических навыков по наиболее важным темам дисциплин, освоенных в процессе обучения по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика.

Содержание ГЭ должно учитывать профиль подготовки выпускника. Предлагаемый на ГЭ перечень вопросов делится на три блока. Первый блок состоит из теоретических вопросов по дисциплинам базовой части. Второй блок состоит из теоретических вопросов по дисциплинам вариативной части (дисциплинам профиля). Третий блок состоит из практико-ориентированных заданий. Соответственно, каждый КИМ включает по одному вопросу из каждого блока.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 – 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 42.04.02 – 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 теории и практики журналистики ВГУ.

Программа одобрена Научно-методическим советом факультета журналистики ВГУ (Протокол № 10 от 20.06.2016).

Декан факультета  В.В. Тулунов

Зав. кафедрой  В.В. Тулунов

Руководитель (куратор) программы  В.В. Тулунов



	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Общекультурные компетенции				Формы оценочных средств*		Общепрофессиональные компетенции								Формы оценочных средств*		Профессиональные компетенции							Формы оценочных средств*		
		ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	Текущая аттестация	Промежуточная аттестация	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7	ОПК-8	Текущая аттестация	Промежуточная аттестация	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	Текущая аттестация	Промежуточная аттестация	
Б2	Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)																										
Б2.П.1	Практика по получению профессиональных умений и опыта журналистской авторской деятельности											+					3	+									3
Б2.П.2	Производственная творческая практика											+					3-0	+									3-0
Б2.П.3	Практика по получению профессиональных умений и опыта научно-исследовательской деятельности													+			3				+						3
Б2.П.4	Производственная преддипломная практика													+			3-0				+						3-0
Б2.Н.1	Научно-исследовательская работа													+			3-0				+						3-0
Б2.Н.2	Научно-исследовательский семинар													+			3				+						3
Б3	Государственная итоговая аттестация																	+	+		+						ЭКЗ, ВКР
ФТД	Факультативы																										
ФТД.1	Творческая лаборатория			+			3											+									3

Приложение 3

Учебный план
1 курс

№	Индекс	Наименование	Сессия 1							Сессия 2							Сессия 3											
			Контроль	Часов					ЗЕТ	Дней	Контроль	Часов					ЗЕТ	Дней	Контроль	Часов					ЗЕТ	Дней		
				Всего	Контакт.р.(по уч.зан.)			СРС				Контр оль	Всего	Контакт.р.(по уч.зан.)						СРС	Контр оль	Всего	Контакт.р.(по уч.зан.)				СРС	Контр оль
Всего	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контр оль	ЗЕТ	Дней	Всего	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контр оль	ЗЕТ	Дней	Всего	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контр оль	ЗЕТ	Дней					
ИТОГО																												
ИТОГО по ООП (без факультативов)																												
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, ООП, факультативы (час/нед)																												
УЧЕБНАЯ АУДИТОРНАЯ НАГРУЗКА, ООП (час/год)																												
ДИСЦИПЛИНЫ			(D)	D 81							D 101							D 156										
			(Предельное)	81							153							126										
			(План)	328	52	24	6	22	276	8			496	64	26	38	380	52	13			544	84	4	34	46	422	38
1	Б1.Б.2	Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях																	За К	72	12		12		56	4	2	
2	Б1.Б.3	Современные теории массовой коммуникации		26	6	2		4	20					6	36	4	1		За К	46	6				6	36	4	1
3	Б1.Б.4	Философские основы науки и современного журнализма		26	6	2		4	20					6	36		1		К	42	6			6	36		1	
4	Б1.Б.6	Проблемы современности и повестки дня СМИ																										
5	Б1.Б.8	Медиаэкономика																										
6	Б1.Б.10	Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации																										
7	Б1.Б.11	Деонтология журналистики																										
8	Б1.В.ОД.2	Функциональный стиль массовой коммуникации	К	42	6	2		4	36					12	81	9	3		Экз К	102	12			12	81	9	3	
9	Б1.В.ОД.3	Менеджмент в рекламе и СО		44	4	4			40						47	9	2		Экз К	64	8		8		47	9	2	
10	Б1.В.ОД.4	Система современных видов рекламной и СО коммуникации		46	6	4	2		40						47	9	2		Экз К	62	6		6		47	9	2	
11	Б1.В.ОД.5	Разработка рекламного и СО-продукта		44	4	4			40						47	9	2		Экз К	64	8		8		47	9	2	
12	Б1.В.ДВ.1.1	Ораторское искусство		26	6			6	20						6	36	4	1	За К	46	6			6	36	4	1	
13	Б1.В.ДВ.1.2	Аргументация в журналистике		26	6			6	20						6	36	4	1	За К	46	6			6	36	4	1	
14	Б1.В.ДВ.2.1	Медиаобразование	К	44	8	4	4		36						20	4	1		За	28	4		4		20	4	1	
15	Б1.В.ДВ.2.2	Информационная безопасность	К	44	8	4	4		36						20	4	1		За	28	4		4		20	4	1	
16	Б1.В.ДВ.3.1	Современный литературный процесс	К	30	6	2		4	24						8	30	4	1	За	42	8			8	30	4	1	
17	Б1.В.ДВ.3.2	Межкультурная коммуникация	К	30	6	2		4	24						8	30	4	1	За	42	8			8	30	4	1	
18	Б1.В.ДВ.4.1	Имиджелогия																										
19	Б1.В.ДВ.4.2	Лолиттехнологии																										
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			К(3)							Экз(4) За(4) К(7)							Экз(2) За(5) К(6)											
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА			(План)																									
Практика по получению профессиональных умений и опыта журналистской авторской деятельности																												
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА			(План)																									
Научно-исследовательская работа (Распр.)																												
Научно-исследовательский семинар (Распр.)																												
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ																												
КАНИКУЛЫ																												

Приложение 4

Б1.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 относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика. 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 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: ОПК-8, ПК-4.

Б1.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 базовой части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика. 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: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК-4.

Б1.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:

Дисциплина относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика. 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.

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: ОПК-3.

Б1.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:

Дисциплина относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика.

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, Бодрийяр, Джеймисон, Харви). Полиэкономические 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 журналистика. 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: ОК-1, ОК-3.

Б1.Б.5 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:

Дисциплина относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика. 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: ОПК-2, ОПК-3.

Б1.Б.6 Проблемы современности и повестки дня СМИ

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели и задачи практических 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 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика. 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: ОПК-3.

Б1.Б.7 Современные медиасистемы

Цели и задачи учебной дисциплины:

Понимание сущности современных медиасистем, основных закономерностей их развития.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика. 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: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-3, ОПК-4.

Б1.Б.8 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 базовой части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика.

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: ОПК-7, ПК-2.

Б1.Б.9 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 базовой части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика. Она базируется на программе вуза по теории массовой коммуникации и предполагает углубление навыков медиаобразования, в частности - анализа медийного текста (дискурса) в других дисциплинах.

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 телепрограммы и интернет-материалы. Уделено внимание рекламной и PR-коммуникациям. Уточняются термины: медийность, медийный текст, событийность и медиа-эффект.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-5, ПК-1.

Б1.Б.10 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации

Цели и задачи учебной дисциплины:

Курс «Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации» 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:

Дисциплина относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Публицистический стиль современного русского языка. Особенности языка текста массовой информации. Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации как система выразительных средств в журналистике. Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации и литературная норма.

Форма промежуточной аттестации: Зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-1.

Б1.Б.11 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 базовой части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК-2, ОПК-2, ОПК-6.

Б1.В.ОД.1 Психология и социология массовой коммуникации

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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (обязательные дисциплины).

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: ОПК-8; ПК-4.

Б1.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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (обязательные дисциплины).

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: «Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации», «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: ОПК-1.

Б1.В.ОД.3. 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 относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (обязательные дисциплины). 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 промоплана с проведением конкретных рекламных и СО-кампаний.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-3

Б1.В.ОД.4. 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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (обязательные дисциплины).

Будучи преимущественно прикладной, настоящая дисциплина дает представление о многообразии коммуникационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Ввиду усложняющихся в XXI веке задач продвижения субъекта рекламной и СО-деятельности немислимо 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».

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

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: ОПК-2.

Б1.В.ОД.5. 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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (обязательные дисциплины). Данная учебная дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин: «Социальная реклама», «Коммуникация в точке реализации товаров и услуг», «Выставочная деятельность», «Организация кампаний 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: ПК-1.

Б1.В.ОД.6. 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 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (обязательные дисциплины).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Основы бренд-менеджмента. Категориально-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. Бренддинг территории. Нестандартные способы продвижения брендов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-7.

Б1.В.ОД.7 Иностраный язык в профессиональной деятельности

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 относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (обязательные дисциплины).

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, тему для монологического высказывания и беседы с экзаменатором по вопросам, связанным со специальностью и научной работой магистра.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-1.

Б1.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 вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины 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-1, ПК-1.

Б1.В.ДВ.1.2. Ораторское искусство

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели курса «Ораторское искусство» обусловлены объектом профессиональной деятельности магистров по направлению подготовки 42.04.02 – 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 относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины 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: ОПК-1, ОПК-3.

Б1.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 методики.

Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору). 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: ОК-3.

Б1.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 вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору). 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: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-4.

Б1.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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору).

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: ОПК-3.

Б1.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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору).

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-3.

Б1.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: Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору).

Будучи преимущественно прикладной, настоящая дисциплина дает представление о многообразии деятельности имиджмейкера в XXI веке. Ввиду усложняющихся задач продвижения акторов, организаций, территорий и иных субъектов PR 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: ОПК-3.

Б1.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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору).

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: ОПК-3.

Б1.В.ДВ.5.1 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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору).

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.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК-4; ПК-2.

Б1.В.ДВ.5.2 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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору).

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: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-2.

Б1.В.ДВ.5.3 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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору).

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 ПК-2.

Б1.В.ДВ.6.1 Персонафера рекламы

Цели и задачи учебной дисциплины:

- ознакомить студентов с теоретическими и практическими знаниями в области персонаферы рекламы;
- дать системное представление о персонафере 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 персонафере при создании рекламных объявлений.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору).

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: экзамен.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК-3.

Б1.В.ДВ.6.2 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: Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору).

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: экзамен.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК 1.

Б1.В.ДВ.6.3 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 вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору). 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: экзамен.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК 5.

Б1.В.ДВ.7.1 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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору). 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: экзамен.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-1.

Б1.В.ДВ.7.2 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 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору). 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: экзамен.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-1.

Б1.В.ДВ.7.3 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 вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору). 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: экзамен.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-1.

Б1.В.ДВ.8.1 Корпоративные СО**Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору). 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: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-5.

Б1.В.ДВ.8.2 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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору).

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: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК-2.

Б1.В.ДВ.8.3 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:

Дисциплина относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика (дисциплины по выбору).

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: ОК-4.

ФТД.1 Творческая лаборатория

Цели и задачи учебной дисциплины: познакомить магистрантов с креативными приемами и методами журналистской, рекламной и СО-деятельности, сформировать у студентов навыки по созданию проектов или написанию журналистских, рекламных или СО-текстов.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Дисциплина относится к факультативам рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.02 Журналистика.

Будучи прикладной и практико-ориентированной, дисциплина дает представление о творческих технологиях в журналистской, рекламной и СО-деятельности.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

В результате изучения данной дисциплины студенты должны получить представление о творческих методах, используемых в журналистской деятельности, применить на практике полученные знания о творческих подходах к созданию медиапроектов или медиатекстов. Студенты должны научиться работать, используя креативные технологии, над конкретными проектами в сфере медиакommunikации.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

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

Приложение 5

Аннотация программы производственной практики

Б2.П.1 Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта журналистской авторской деятельности

1. Цели практики: целью практики является получение комплексных профессиональных навыков, умений и опыта в процессе журналистской авторской деятельности в печатных и интернет-СМИ.

2. Задачи практики: задачи практики:

- знакомство с типологией издания, ознакомление с основными направлениями работы СМИ и его структурных подразделений в области решения коммуникационных задач;
- знакомство со спецификой работы секретариата, процессом электронной верстки (газета), процессом производства различных видов информации в интернет-СМИ;
- участие в планерках и заседаниях редколлегии СМИ, в разработке оперативных и долгосрочных планов редакции с целью приобретения соответствующего опыта;
- приобретение и закрепление навыков, умений и опыта в выборе темы, сборе, анализе, обработке информации, написании и подготовке к печати материала, профессиональном общении;
- приобретение и закрепление навыков, умений и опыта в написании текстов в разных жанрах;
- поиск и освоение сферы наиболее эффективного применения творческого потенциала студента в области специализации (тематика, проблематика, жанры) в печатных или интернет-СМИ.

3. Время проведения практики: 1 курс, 2 семестр.

4. Формы проведения практики:

Производственная, концентрированная, индивидуальная – в редакциях СМИ

5. Содержание практики. Во время прохождения практики студенты занимаются такими формами профессиональной деятельности, как:

- участие в планерках и заседаниях редколлегии СМИ;
- участие в разработке оперативных и долгосрочных планов редакции;
- подготовка публикаций в соответствии с нормами, форматами, стилями и технологическими требованиями, принятыми в данном СМИ, в информационных, аналитических и художественно-публицистических жанрах.

6. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики): зачет.

7. Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-5, ПК-1.

Б2.П.2 Производственная творческая практика

1. Цели практики:

Целью Производственной творческой практики является совершенствование комплексных профессиональных навыков и умений в процессе углубленного изучения работы журналиста в печатных и интернет-СМИ с упором на получение и совершенствование опыта журналистской авторской работы.

2. Задачи практики:

- освоение специфики конкретного печатного или интернет-СМИ: детальное знакомство с редакционной работой и практическое участие в процессе выпуска печатного СМИ, интернет-издания;
- совершенствование навыков и умений в выборе темы, сборе, анализе, обработке, написании и подготовке к печати материала, профессиональном общении;
- закрепление и совершенствование навыков и умений подготовки материалов в информационных, аналитических и художественно-публицистических жанрах. Студенты должны отрабатывать умение анализировать ситуацию, показывать противоречивую природу явления, его положительные и отрицательные тенденции; научиться творчески подходить к постановке проблемы и использовать образные ресурсы публицистики;
- освоение сферы наиболее эффективного применения творческого потенциала студента в области специализации (тематика, проблематика, жанры) в печатных или интернет-СМИ.

3. Время проведения практики: 2 курс, 3 семестр.

4. Формы проведения практики:

Производственная, концентрированная, индивидуальная – в редакциях СМИ

5. Содержание практики:

Во время прохождения Производственной творческой практики студенты занимаются такими формами профессиональной деятельности, как:

- поиск актуальных тем, соответствующих формату выбранного СМИ;
- сбор, анализ, обработка информации для публикаций;
- подготовка публикаций в информационных, аналитических и художественно-публицистических жанрах.

6. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики): зачет с оценкой.

7. Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-5, ПК-1.

Б2.П.3 Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта научно-исследовательской деятельности

1. Цели практики:

Целью практики является выявление, развитие и реализация научно-исследовательского потенциала студента, получение профессиональных умений и опыта научно-исследовательской деятельности, подготовка обобщающих опыт практической деятельности материалов и разработок для дальнейшего их использования при написании магистерской диссертации. Этот вид работы направлен на подготовку магистерской диссертации.

2. Задачи практики:

Задачами практики являются:

- совершенствование умений правильно ориентироваться в различных процессах современной журналистики, что должно в итоге проявиться в выборе темы магистерской диссертации;
- определение (формулирование) темы и структуры магистерской диссертации;
- приобретение и совершенствование умений поиска и отбора профессиональной литературы, в том числе и по теме магистерской диссертации;
- приобретение и совершенствование умений правильно и глубоко анализировать профессиональную литературу и одновременно уметь проецировать теорию на практическую деятельность;
- выработать умения проводить необходимые теоретические и эмпирические исследования, анализировать их результаты, делать правильные выводы как теоретического, так и профессионально-практического характера;
- формировать умения готовить и презентовать результаты научно-исследовательской работы (участие в научно-практических семинарах и конференциях).

3. Время проведения практики: 2 курс, 2 семестр.

4. Формы проведения практики: рассредоточенная, индивидуальная.

5. Содержание практики:

Во время проведения исследований в профессиональной сфере студенты занимаются такими видами работы, как:

- определение сферы научных интересов, определение темы и структуры научно-исследовательской работы;
- подготовкой научно-исследовательских статей, докладов, сообщений, связанных с тематикой магистерской диссертации, с целью опубликования их в научных изданиях факультета и других профильных вузов;
- поиск, отбор и изучение литературы по избранной теме научно-исследовательской работы;
- поиск, отбор, анализ, систематизация эмпирического материала, связанного с тематикой научно-исследовательской работы;
- анализ собственных публикаций при условии написания творческой магистерской диссертации;
- осуществление социологических исследований (если требуется по теме);
- участие в научно-практических конференциях;
- консультации с научным руководителем магистерской диссертации.

6. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики): зачет.

7. Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-8, ПК-4.

Б2.П.4 Производственная преддипломная практика

1. Цели практики:

Целью производственной преддипломной практики является реализация полученных теоретических знаний, проверенных на практике и воплощенных в журналистской деятельности вообще и профессиональной деятельности студента в частности, развитие научно-исследовательского по-

тенциала студента и его реализация в магистерской диссертации. Результатом этого вида практики должна стать магистерская диссертация.

2. Задачи практики:

- подготовка обобщающих опыт практической деятельности материалов и разработок для дальнейшего их использования при написании магистерской диссертации;
- совершенствование умений поиска и отбора профессиональной литературы по теме магистерской диссертации;
- совершенствование умений правильно и глубоко анализировать профессиональную литературу и одновременно уметь проецировать теорию на практическую деятельность;
- совершенствование различных практических навыков и умений, необходимых для выполнения научно-исследовательских и творческих задач по теме магистерской диссертации;
- совершенствование исследовательского потенциала при работе с текстами – как журналистскими, так и собственными.

3. Время проведения практики: 2 курс, 2 семестр.

4. Формы проведения практики: рассредоточенная, индивидуальная.

5. Содержание практики:

Содержание преддипломной практики определяется индивидуальной программой, ориентированной на написание магистерской диссертации. Программа разрабатывается студентом совместно с научным руководителем магистерской диссертации.

6. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики): зачет с оценкой.

7. Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-8, ПК-4.

Б2.Н.1 Научно-исследовательская работа

1. Цели практики:

Целью Научно-исследовательской работы является выявление, развитие и реализация научно-исследовательского потенциала студента, подготовка обобщающих опыт практической деятельности материалов и разработок для дальнейшего их использования при написании магистерской диссертации.

2. Задачи практики:

- совершенствование умений правильно ориентироваться в различных процессах современной журналистики, что должно в итоге проявиться в выборе темы магистерской диссертации;
- предварительное определение темы и структуры магистерской диссертации;
- приобретение и совершенствование умений поиска и отбора профессиональной литературы, в том числе и по теме магистерской диссертации;
- приобретение и совершенствование умений правильно и глубоко анализировать профессиональную литературу и одновременно уметь проецировать теорию на практическую деятельность;
- выработать умения проводить необходимые теоретические и эмпирические исследования, анализировать их результаты, делать правильные выводы как теоретического, так и профессионально-практического характера;
- формировать умения готовить и презентовать результаты научно-исследовательской работы (участие в научно-практических семинарах и конференциях, публикация научных статей в научных изданиях факультета и других профильных вузов).

3. Время проведения практики: 1 курс 1-2 семестры, 2 курс, 3 семестр.

4. Формы проведения практики: рассредоточенная, индивидуальная.

5. Содержание практики:

Во время проведения исследований в профессиональной сфере студенты занимаются такими видами работы, как:

- определение сферы научных интересов, определение темы и структуры научно-исследовательской работы;
- подготовкой научно-исследовательских статей, докладов, сообщений, связанных с тематикой магистерской диссертации, с целью опубликования их в научных изданиях факультета и других профильных вузов;
- поиск, отбор и изучение литературы по избранной теме научно-исследовательской работы;
- поиск, отбор, анализ, систематизация эмпирического материала, связанного с тематикой научно-исследовательской работы;
- анализ собственных публикаций при условии написания творческой магистерской диссертации;

- осуществление социологических исследований (если требуется по теме);
- участие в научно-практических конференциях;
- консультации с научным руководителем магистерской диссертации.

6. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики): зачет с оценкой.

7. Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-8, ПК-4.

Б2.Н.2 Научно-исследовательский семинар

1. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель: представление для коллективного обсуждения магистрантами проанализированного эмпирического материала или результатов исследования для выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Задачи:

- формировать умения готовить и презентовать результаты научно-исследовательской работы;
- формировать умения обсуждать результаты научно-исследовательской работы однокурсников;
- способствовать приобретению студентами опыта рефлексивного отношения к своему труду;
- актуализировать у студентов готовность и потребность в непрерывном самообразовании, профессиональном самосовершенствовании и личностном развитии;
- способствовать развитию научного сознания и мышления будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью;
- способствовать усвоению студентами представлений о генезисе научной картины мира, естественных и гуманитарных науках;
- знакомить студентов с методологией научного познания;
- вырабатывать у студентов навыки самостоятельного научного исследования и популяризации научного знания.

2. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Научно-исследовательскому семинару предшествуют дисциплины «Современные теории массовой коммуникации», «Философские основы науки и современного журнализма» и «Методология и методика медиаисследований», которые в первом, втором и третьем семестрах соответственно ведутся параллельно с НИС.

3. Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Методология научного исследования и методика его проведения	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выбор научного направления и выбор темы. 2. Формирование научной парадигмы исследователя. 3. Подготовка реферата по теме МД.
Курсовая работа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Процесс исследования. 2. Подготовка тезисов выступления на научной конференции. 3. Защита результатов исследования.
Магистерская диссертация	<ol style="list-style-type: none"> 1. Процесс исследования. 2. Подготовка научной статьи по теме МД. 3. Апробация результатов исследования.

4. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Зачет (в 3 семестре)

5. Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОПК-8, ПК-4.

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 42.04.02 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 наименований	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	Наименование печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов	Наличие печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов (да/нет, наименование и реквизиты документа, подтверждающего их наличие) количество экземпляров на одного обучающегося по основной образовательной программе (шт.) ³
1	Библиотеки, в том числе цифровые (электронные) библиотеки, обеспечивающие доступ к профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам, а также иным информационным ресурсам	<p>ЭБС «Издательства «Лань» Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС77-42547 от 03 ноября 2010 г. http://www.e.lanbook.com</p> <p>Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл.№ФС77-43173 от 23.12.2010 <i>Договор №3010-06/71-14 от 25.11.2014, срок действия с 25.11.2015 по 24.11.2017</i> http://rucont.ru/</p> <p>ЭБС «Консультант студента» Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС77-42656 от 13 ноября 2010 г. <i>Договор № 3010-15/625-14 от 02.07.2014 (срок действия: 01.10.2014 – 30.09.2015)</i> http://www.studmedlib.ru/</p> <p>ЭБС «Электронная библиотека технического вуза» Свидетельство о регистрации средства массовой информации http://www.studmedlib.ru/</p> <p>ЭБС «Университетская библиотека Online» Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС 77-42287 от 11.10.2010 г. <i>Договор №3010-06/70-14 от 25 ноября 2014 г. (срок действия договора: с 12.01.2015 по 11.01.2018 гг.)</i></p>

* 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
Проектирование интернет-СМИ Журналистский текст в интернет-СМИ Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях (включая технологии анализа и обработки данных) Системный анализ в журналистике Сторителлинг в журналистике Современные конвергентные СМИ Социальные медиа в журналистике Дизайн интернет-СМИ Организация работы конвергентной редакции Жанры интернет-журналистики Язык и стиль интернет-коммуникации Техническое обеспечение редакции	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)
Медиаобразование Медиаэкономика Современные конвергентные СМИ Техническое обеспечение редакции Сторителлинг в журналистике Информационная безопасность	микшерный пульт Behringer XENYX X 1832, усилитель ABK PA 3002, микрофоны студийные B-1 (2 шт.), мониторы студийные (колонки) M-Audio BX5 (1 комплект (2 шт.)) стойки микрофонные настенные (2 шт.), ручной рекордер (репортер) Zoom H-2, ручной рекордер (репортер) Zoom H-4, микрофон Shure SM 58, микрофон Beyerdynamic	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 112 (радиостудия)
Современные конвергентные СМИ Техническое обеспечение интернет-редакции Системный анализ в журналистике	ПК (8 шт.), принтер Epson Stylus Photo R300 (1 шт.), принтер Epson Stylus Photo R3000 (1 шт.), проектор Sony (1 шт.), экран ScreenMedia (1 шт.), доска информационная Brauberg (1 шт.), колонки Luxeon (1 шт.), вспышка FalconEyes (3 шт.), ресивер FalconEyes (1 шт.), стойка студийная (3 шт.), зонт студийный (3 шт.), софтбокс FalconEyes (1 шт.), штатив Manfrotto (1 шт.), фон студийный бумажный (3 шт.)	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 132 (фотолаборатория)
Методология и методика медиаисследований Современный литературный процесс Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации Деонтология журналистики	мультимедиа-проектор Mitsubishi WD620U, экран настенный с электроприводом, акустическая система db Technologies, микрофон B-1 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. 110 г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 130

Проектирование интернет-СМИ Сторителлинг в журналистике Медиакритика в Интернете Журналистский текст в интернет-СМИ Системный анализ в журналистике Социальная тематика интернет-СМИ	мультимедиа-проектор BenQ MX511, нетбук Asus Eee PC 1015P, экран настенный CS 244*244;	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 01
	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. 202
Современные теории массовой коммуникации Философские основы науки и современного жур- нализма Психология и социология массовой коммуника- ции Функциональный стиль массовой коммуникации Ораторское искусство Аргументация в журналистике Межкультурная коммуникация Политтехнологии Профессиональный цикл Журналистика как социокультурный феномен Проблемы современности и повестки дня СМИ Современные медиасистемы Современный медиатекст Правовое регулирование СМИ и интернета Маркетинговая коммуникация в интернете Иностранный язык Организация работы конвергентной редакции Жанры интернет-журналистики Язык и стиль интернет-коммуникации Творческая лаборатория	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 02
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 123
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 124
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 125
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 127
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 128
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 129
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. 131
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. №03
	ПК	г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, ауд. №04
	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 преподавателя.

Имеют ученую степень, звание 23, из них докторов наук, профессоров 7; ведущих специалистов 4.

92 % 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.