

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета истории и
международных отношений



О.И. Амурская

« 31 » августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Теория и практика массовых коммуникаций

Уровень основной профессиональной образовательной программы:
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: заочная

Сроки освоения ОПОП: 4,5 года

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Теория и практика массовых коммуникаций» является формирование компетенций как комплексов знаний, умений и владений в сфере парадигмальных подходов к изучению коммуникаций, в совокупности обеспечивающих успешное саморазвитие и профессиональную реализацию выпускника ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина «Теория и практика массовых коммуникаций относится» к общепрофессиональным дисциплинам, части формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

Теория и практика связей с общественностью

Теория и практика рекламы

Введение в коммуникационные специальности

Социология

Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Организация и проведение коммуникационных кампаний

Медиапланирование в рекламе и PR

Межкультурные коммуникации в рекламе и PR

Разработка и технологии производства рекламного продукта.

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ОПК-5.Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Специфику медиакоммуникационных систем на различных уровнях	Осуществлять и применять правовые и этические нормы, регулирующие МК	Представлением об имеющемся правовом, этическом опыте, регулирующих развитие МК на различных уровнях
		ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Основы профессиональной деятельности в области рекламы и PR	Применять механизмы функционирования различных медиакоммуникационных систем, применять профессиональные навыки, полученные в сфере рекламы и PR.	Навыками осуществления коммуникационных процессов и владеть пониманием механизмов функционирования массовых коммуникаций
2.	ПК-2.Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Основные правила создания рекламных текстов для различных каналов СМК.	Применять полученные знания для составления рекламных и PR-текстов, опираясь на мировой и отечественный опыт	Владеть навыками построения и написания рекламных текстов.
		ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Специфику МК, для создания информационных поводов для каждого из каналов.	Осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики различных СМИ, обладать творческих и рациональным подходом в написании текстов.	Навыками написания текстов, владеть представлением об имеющемся мировом и отечественном опыте в создании рекламного продукта.
		ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Специфику создания рекламного, PR/коммуникационного продукта	Создавать рекламный, PR/коммуникационный продукт разных форматов и жанров для различных каналов коммуникаций	Представлением о специфике и накопленным профессиональном опыте в создании рекламного, PR/коммуникационного продукта.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		№	№	№ 5	№ 6
		часов	Часов	часов	часов
1	2	3	4	5	6
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	48	-	-	14	8
В том числе:					
Лекции (Л)	14			6	4
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	34			8	4
Лабораторные работы (ЛР)					
Иные учебные занятия (индивидуальные занятия, групповые занятия и др.)					
2. Самостоятельная работа студента (всего)	149			94	55
В том числе	-	-	-	-	-
<i>СРС в семестре:</i>					
Курсовая работа					
Другие виды СРС:	-	-	-	-	-
Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям, контрольным работам и т.д.	34			20	8
Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)	8			34	18
Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы	12			20	13
Написание докладов и рефератов	8			4	4
Подготовка к написанию контрольных работ, семинарам	8			8	4
Подготовка к тестированию	8			8	4
<i>СРС в период сессии</i>					
Контроль	9				9
Вид промежуточной аттестации	Э	Э		Э	Э
ИТОГО: общая трудоемкость	216	216		108	108
	зач. ед. 6	6		3	3

Дисциплина частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий: вебинарная платформа Zoom; система электронного обучения Moodle.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
5	1	Концептуально-теоретические основания массовых коммуникаций	Теория и практика массовых коммуникаций. Современное информационное общество как пространство массовых коммуникаций. Определение коммуникации. Модели коммуникаций. Массовые коммуникации в современном мире. Символическое измерение массовых коммуникаций.
5	2	Информационно-коммуникативные практики массовых коммуникаций	Социально-коммуникативные практики в роли инструмента информационного общества. Масс-медиа, как средства организации массовых коммуникаций. Медиатизация политики. Дискурсивные практики массовых коммуникаций. Медиавирусы в средствах массовой информации и коммуникации. Индоктринация массового сознания с помощью медиа. Военные информационно-коммуникативные операции.
	3	Основные этапы становления журналистики. История и современность	Предшественники периодической печати. Становление Европейской, Северо-Американской журналистики. Основные направления и тенденции развития журналистики XX века. СМИ как система. Производство и выпуск СМИ.
6	4	Журналистское творчество как профессиональная деятельность	Методологические основы журналистского творчества. Журналистский текст как носитель информации.
6	5	СМИ в условиях информационного общества и производственные процессы массовой информации	Понятие, сущность и принципы организации информационного общества. Формирование и развитие информ. общества в РФ. Экономические, этические и правовые принципы в организации СМИ. Общественные институты журналистики. Характеристика негативной информации СМИ и организация противодействия такой информации.. Технические средства в работе журналиста. Полиграфическая, фотографическая техника и процессы. Видео-киносъемка. Основы производства на телевидении и радио.

2.2. Перечень лабораторных работ (при наличии), примерная тематика курсовых работ (при наличии)

Указываются примерные темы курсовых работ в количестве не менее 30 вариантов. Тематика курсовых работ должна быть разработана строго в соответствии с содержанием дисциплины и отражать ее дидактические единицы.

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 149 часов.

Видами СРС являются:

- изучение и конспектирование литературы, пособий, методической литературы по дисциплине;
- подготовка к семинарам;
- подготовка к контрольным работам;
- подготовка практическим занятиям,
- подготовка к тестированию,
- написание докладов и рефератов.

Формами текущего контроля успеваемости являются:

- семинарские занятия;
- контрольные работы;
- лабораторный практикум.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (см. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине отсутствует.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Кафтан, В.В. Теория и практики массовых коммуникаций : учебник / Кафтан В.В. — Москва : КноРус, 2018. — 453 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-06370-5. — URL: https://book.ru/book/928925 (дата обращения: 13.04.2020).
2.	Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник / А.Г. Киселёв. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719 .
3.	История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. ISBN 978-5-7598-1188-6 (в пер.) https://search.rsl.ru/ru/record/01008783328

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке:практикум / авт.-сост. Ю.Р. Перепелицына; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь: СКФУ, 2016. - 186 с. : - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=467403 .

2.	Теория и практика общественного развития : научный журнал / гл. ред. В.Л. Харсеева; учред. Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт социологии Российской академии наук, Издательский дом «ХОРС» - Краснодар : Издательский дом «ХОРС», 2016. - № 5. - 126 с. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481085 .
3.	Шарков, Ф.И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии : монография / Ф.И. Шарков, В.В. Силкин ; Международная академия коммуникологии. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 304 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495727 (дата обращения: 13.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03065-9. – Текст : электронный.
4.	Шипман, М. Научная коммуникация: Руководство для научных пресс-секретарей и журналистов=Handbook For Science Public Information Officers : научно-популярное издание / М. Шипман ; ред. М. Ремизова ; пер. О. Добровидова. – Москва : Альпина нон-фикшн, 2018. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494010 (дата обращения: 13.04.2020). – ISBN 978-5-91671-754-9. – Текст : электронный.
5.	Корнилов, Е.А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий : монография : [16+] / Е.А. Корнилов, Е.Е. Корнилова ; науч. ред. В.Д. Таказов. – 2-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2017. – 257 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364173 (дата обращения: 13.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-1360-0.

5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.

1. BOOK.ru [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 10.01.2020).

2. East View [Электронный ресурс] : [база данных]. – Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 10.01.2020).

3. Moodle [Электронный ресурс] : среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. – Рязань, [Б.г.]. – Доступ после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 10.01.2020).

4. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 10.01.2020).

5. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 10.01.2020).

6. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red (дата обращения: 10.01.2020).

5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)*

<http://www.grp-s.ru/> свободный (дата обращения: 10.01.2020).

<https://blog.calltouch.ru/> свободный (дата обращения: 10.01.2020).

<https://skillbox.ru/media> свободный (дата обращения: 10.01.2020). свободный (дата обращения: 10.01.2020).

<https://www.marketch.ru/> свободный (дата обращения: 10.01.2020).

<https://semantica.in> свободный (дата обращения: 10.01.2020).

<http://www.allenmedia.ru> свободный (дата обращения: 10.01.2020).

<https://romir.ru/> свободный (дата обращения: 10.01.2020).

<https://mediascope.net/data/> свободный (дата обращения: 10.01.2020)

5.5. Периодические издания

1.ВВФ [Электронный журнал]. – Режим доступа: <https://bbf.ru/magazine/>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).

2.Медиаскоп [Электронный журнал]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/12> свободный (дата обращения: 15.01.2020).

3.Новости рекламы [Электронный журнал]. Режим доступа: propel.ru cdj,jlysq (дата обращения: 15.01.2020).

4. Реклама. Теория и практика [научный журнал] / учредитель: ООО «Издательский дом «Гребенников». 2016-2020 (из фонда библиотеки).

5. PR в России. Москва [Электронный журнал] : журнал профессиональный. – 1999 // ООО «ИВИС». – Доступ к полным текстам только в локальной сети университета. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/20966> (дата обращения 15.01.2020).

6 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: лекционные аудитории, оснащенные видеопроекционным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, Excel, PowerPoint и др.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствуют.

7 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.

Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Реферат/курсовая работа	<i>Реферат:</i> Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата. <i>Курсовая работа:</i> изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной теме. Инструкция по выполнению требований к оформлению курсовой работы находится в методических материалах по дисциплине.
Практикум/ лабораторная работа	Методические указания по выполнению лабораторных работ и др.
Коллоквиум	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену (зачету) необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются:

вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.);

набор веб-сервисов MS office365 (бесплатное ПО для учебных заведений <https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office/>);

система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

9. Иные сведения

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

Утверждаю:
Декан факультета истории и
международных отношений



О.И. Амурская

« 31 » августа 2020 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Теория и практика медиакоммуникаций»**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
Реклама и связи с общественностью

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
заочная

Рязань 2020

1. Цель освоения дисциплины «Теория и практика медиакommunikаций»
подготовка бакалавров по рекламе и связям с общественностью, компетентных, конкурентноспособных, эффективно использующих и непрерывно совершенствующих, полученные навыки и знания, с учетом потребностей и перспектив развития бизнеса, организации и проведения рекламных и PR-кампаний и контроль их эффективности, подготовка бакалавров по рекламе и связям с общественностью, компетентных, конкурентноспособных, эффективно использующих и непрерывно совершенствующих, полученные навыки и знания, с учетом потребностей и перспектив развития бизнеса, организации и проведения рекламных и PR-кампаний и контроль их эффективности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе (5 семестр), на 3 курсе (6 семестр).

3. Трудоемкость дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:

ОПК-5.1. *Знать:* основы политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. *Уметь:* определять значение политических, экономических факторов, правовых и этических норм в развитии медиакommunikационных систем на разных уровнях. *Владеть навыками:* навыками анализа роли политических, экономических факторов, правовых и этических норм в развитии медиакommunikационных систем на разных уровнях.

ОПК-5.2. *Знать:* специфику коммуникационных механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы. *Уметь:* анализировать коммуникационные механизмы функционирования конкретной медиакommunikационной системы. *Владеть навыками:* навыками корректировки коммуникационных механизмов конкретной медиакommunikационной системы.

ПК-2.1. *Знать:* основные правила создания рекламных текстов для различных каналов СМК. *Уметь:* применять полученные знания для составления рекламных и PR-текстов, опираясь на мировой и отечественный опыт. *Владеть навыками:* владеть навыками построения и написания рекламных текстов.

ПК-2.2. *Знать:* специфику МК, для создания информационных поводов для каждого из каналов. *Уметь:* осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики различных СМИ, обладать творческих и рациональным подходом в написании текстов. *Владеть навыками:* навыками написания текстов, владеть представлением об имеющимся мировом и отечественном опыте в создании рекламного продукта.

ПК-2.3. *Знать:* специфику создания рекламного, PR/коммуникационного продукта. *Уметь:* создавать рекламный, PR/коммуникационный продукт разных форматов и жанров для различных каналов коммуникаций. *Владеть навыками:* представлением о специфике и накопленным профессиональным опыте в создании рекламного, PR/коммуникационного продукта.

5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения

Экзамены (5,6 семестры).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.