

ОПМ* *Общепрофессиональные модули

Модуль 1. Психология и педагогика высшей школы

Цели и задачи модуля: формирование профессионального педагогического мышления.

В результате освоения программы обучающийся должен владеть основными принципами обучения и воспитания в соответствии с возрастной динамикой развития человека.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь осуществлять предписанные планом способы организации учебно-исследовательской деятельности в зависимости от особенностей аудитории.

В результате освоения программы обучающийся должен знать понятийный аппарат педагогики и психологии высшей школы; историю, теории и принципы построения и функционирования образовательных систем.

Тема 1. Психология и педагогика высшей школы как учебная дисциплина

Тема 2. Психология как наука о психическом развитии человека

Тема 3. Психологический анализ деятельности студентов

Тема 4. Психологические особенности студенческого возраста

Тема 5. Социально-психологическая характеристика студенческого коллектива

Тема 6. Педагогика как наука: история становления и развития

Тема 7. Основные дидактические принципы обучения в высшей школе

Тема 8. Система контроля учебной деятельности студентов

Тема 9. Теоретические вопросы организации инклюзивного профессионального образования

Модуль 2. Технологии развития профессиональной компетентности преподавателя вуза

Цели и задачи модуля: формирование профессионального педагогического мышления и мастерства решения педагогических задач.

В результате освоения программы обучающийся должен владеть методологией, методикой и технологиями внедрения компетентностного подхода в высшем образовании; современными технологиями и приемами не директивного (гуманистического) влияния и развития мотивации, формирования и развития конкурентоспособности личности.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь осуществлять свою деятельность на высоком профессиональном уровне, обеспечивать в полном объеме реализацию образовательных программ, учебных планов по преподаваемому учебному курсу, предмету, дисциплине, модулю; применять современные технические средства обучения и образовательные технологии, в том числе при необходимости осуществлять электронное обучение; анализировать, выбирать и применять современные технологии в реализации образовательного процесса.

В результате освоения программы обучающийся должен знать теоретико-методологические принципы и положения компетентностного подхода в образовательной деятельности; специфику организации учебно-воспитательного процесса с учетом компетентностного подхода

Тема 1. Синергетический подход к модернизации образовательных технологий в системе открытого образования

Тема 2. Общая характеристика образовательных технологий

Тема 3. Основные компоненты технологий педагогической подготовки преподавателей вузов

Тема 4. Андрагогические технологии развития профессиональной компетентности преподавателей

Тема 5. Технологии обучения

Тема 6. Технологии работы с информацией субъектов образовательного процесса

Тема 7. Диагностика дидактической компетентности (ключевой профессиональной компетентности) как технология профессионального и личностного развития преподавателя вуза

СМ Специальные модули

Модуль 3. Современная теория коммуникации

Цели и задачи модуля: дать основополагающее представление о содержании социальных коммуникаций, основных теоретических подходах к их исследованию; проанализировать влияние всех компонентов коммуникативного процесса на эффективность коммуникации; раскрыть место и роль социальных коммуникаций в жизни современного социума.

В результате освоения программы обучающийся должен владеть навыками практического применения полученных знаний в процессе планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий.

В результате освоения программы обучающийся должен знать содержание социальной коммуникации и ее место в жизни общества; основы представления о междисциплинарном статусе теории коммуникации.

Тема 1. Коммуникация как процесс и структура

Тема 2. Методы исследования коммуникаций

Тема 3. Исторические аспекты возникновения и развития коммуникации в обществе

Тема 4. Системный подход к коммуникации

Тема 5. Информационная теория коммуникации

Семиотическая теория коммуникации

Тема 6. Когнитивный и интерпретативный подходы к коммуникации

Тема 7. Коммуникация как дискурс

Тема 8. Теория массовых коммуникаций

Тема 9. Личность коммуникатора

Модуль 4. Теория и практика связей с общественностью

Цели и задачи модуля: формирование профессионального аналитического и оперативного мышления.

В результате освоения программы обучающийся должен владеть навыками оценки роли связей с общественностью в различных сферах современного общества; навыками практического применения полученных знаний по управлению современными PR-кампаниями; приемами делового администрирования, маркетинга.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь применять теоретические знания для решения типичных задач в сфере связей с общественностью; применять передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламного дела и связей с общественностью; определять целевые группы общественности; соотносить связи с общественностью со сходными коммуникативными практиками; применять положения кодексов профессионального поведения.

В результате освоения программы обучающийся должен знать основное содержание профессиональной деятельности PR-специалиста, понятийный аппарат связей с общественностью; историю, место и роль связей с общественностью в функциональной структуре организации

Тема 1. Роль связей с общественностью в современном обществе и рыночной экономике

Тема 2. История возникновения и развития связей с общественностью в Америке, Европе и России

Тема 3. Вопросы терминологии в сфере связей с общественностью

Тема 4. Теоретические и методологические основы связей с общественностью

Тема 5. Структура институтов связей с общественностью

Тема 6. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности

Тема 7. Понятие общественности в сфере публичных отношений

Тема 8. Классификации групп общественности

Тема 9. Закономерности функционирования групп общественности

Тема 10. Общественное мнение: понятие, содержание, структура

Тема 11. Социально-психологические основы управления общественным мнением в PR

Тема 12. Механизмы влияния на общественное мнение

Тема 13. Связи с общественностью и другие виды коммуникативной деятельности

Тема 14. Медиа-отношения как направление PR-деятельности

Тема 15. Формы подачи новостных материалов и организация PR-коммуникаций

Тема 16. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации

Тема 17. Корпоративная культура как инструмент связей с общественностью

Тема 18. Управление PR-деятельностью: организация и оценка эффективности

Тема 19. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства

Тема 20. Тенденции развития связей с общественностью

Тема 21. Профессиональная культура специалиста по связям с общественностью

Модуль 5. Теория и практика рекламы

Цели и задачи модуля: изучение теоретико-концептуальных и практических вопросов разработки рекламной продукции, планирования и проведения рекламных кампаний, оценка их эффективности и формировании стройной системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность, перспективы ее развития.

Задачи модуля: уяснить выработать навыки практического применения полученных знаний по управлению современными рекламными кампаниями; определить роль и значение рекламы в современном обществе.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь дать характеристику различным средствам распространения рекламы и их особенностям; выявить главные этапы подготовки и планирования рекламной кампании, а также методы оценки ее эффективности; рассмотреть роли и функции основных участников и составляющих рекламного процесса.

В результате освоения программы обучающийся должен знать основополагающие понятия, определения, теоретические подходы, место и значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций; основные концепции и методы разработки рекламной продукции; особенности рекламной деятельности в различных сферах общественной жизни.

Тема 1. Роль рекламы в современном обществе

Тема 2. Основные этапы развития рекламы в России и за рубежом

Тема 3. Государственное регулирование и саморегулирование рекламной отрасли

Тема 4. Классификации рекламы. Виды рекламы

Тема 5. Реклама в системе социальных коммуникаций

Тема 6. Социально-психологические основы рекламы

Тема 7. Рекламная идея. Технологии рекламного креатива

Тема 8. Рекламное сообщение. Вербальные и невербальные компоненты рекламного сообщения

Тема 9. Каналы рекламной коммуникации

Тема 10. Планирование рекламной деятельности

Тема 11. Контроль рекламной деятельности. Оценка эффективности рекламы.

Тема 12. Организация рекламного процесса, его структура и участники

Модуль 6. Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью

Цели и задачи модуля: формирование нравственно-этической ориентации профессионального мышления и поведения.

В результате освоения программы обучающийся должен владеть навыками использования дисциплинарных философских категорий для формирования научного мировоззрения, навыками оценки этически неоднозначной ситуации с позиций формализованных кодексов специалистов по рекламе и связям с общественностью.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь использовать дисциплинарные философские категории для формирования научного мировоззрения, давать этическую оценку профессиональных ситуаций.

В результате освоения программы обучающийся должен знать дисциплинарные философские категории для формирования научного мировоззрения, основные понятия и принципы профессиональной этики рекламы и PR.

Тема 1. Предмет этики и ее основные понятия. Этическая норма и норма права: сходства и различия

Тема 2. Особенности профессиональной этики. Теоретически основы PR-этики

Тема 3. Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA)

Тема 4. Кодекс профессионального поведения Британского института PR

Тема 5. Афинский кодекс. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR

Тема 6. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью

Тема 7. Понятие неэтичной рекламы и ее виды

Тема 8. Международный кодекс рекламной деятельности. Основы рекламной этики в ФЗ «О рекламе»

Тема 9. Проблема этической оценки профессиональных ситуаций