

# Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

## 1. Паспорт компетенции

### 1.1. Формулировка компетенции

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу, должен обладать компетенцией:

<b>ОПК-3</b>	способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
--------------	--

### 1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку общепрофессиональных компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

### 1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

#### **знать**

- содержание и художественные особенности литературных произведений эпохи античности, Средневековья, Ренессанса, 17-19 веков;
- содержание и художественные особенности литературных произведений 20 начала 21 веков;
- теоретические основы культуры речи;
- основные качества коммуникативно успешной речи;
- значение содержание основных категорий и понятий теории культуры;
- основные формы культуры;
- критерии различных типологий культур;
- основные социально-исторические и духовные основания соотношения культуры и цивилизации;
- основные субъекты культуры;
- особенности символической деятельности человека;
- основные характеристики мифологического мышления;
- основные закономерности генезиса культуры;
- формы и способы трансляции социокультурного опыта на микрокультурном и макрокультурном уровнях;
- специфику и направленность тенденций развития современной культуры;
- основные глобальные проблемы человека и общества в современной культуре;
- основные сферы этнокультурного взаимодействия, виды этнических контактов и их результаты, пути и способы преодоления «культурного шока»;
- этнолингвистическую и конфессиональную характеристику народов России;
- содержание основных теорий и подходов к пониманию места искусства в культуре;
- социальные функции искусства;
- основные теории происхождения искусства;
- формы и специфику первобытного искусства;
- периодизацию художественной культуры Древнего Востока;
- духовные, социальные и художественные особенности древнегреческой и древнеримской

художественной культуры;

- виды и жанры античного искусства;
- религиозные и художественные особенности средневековой культуры;
- периодизацию истории средневековой художественной культуры;
- основные периоды древнерусского искусства;
- основные центры, стили и авторские школы в архитектуре, иконописи, книжной культуре;
- специфику гуманистических ценностей, воплощаемых ренессансным искусством;
- основные периоды, центры, школы в различных видах искусства эпохи Возрождения;
- основные особенности искусства эпохи Просвещения;
- стили и школы в художественной культуре Просвещения;
- основные тенденции, направления, школы в развитии современного искусства;
- систему жанров фольклора и древнерусской литературы, содержание основных литературных памятников древнерусской литературы;
- содержание и художественные особенности основных произведений русской литературы XVIII века;
- содержание и идейно-художественное своеобразие произведений русских классиков второй половины XIX века;
- особенности литературного развития рубежа рубежа XIX-XX столетий;
- психологические методы познания и самопознания, развития, коррекции и саморегуляции;
- основные механизмы филогенетического и онтогенетического развития психики, сущность сознания как высшей формы отражения;
- базовые социально-психологические методы и теоретические основы для решения практических задач в профессиональной деятельности;
- психолого-педагогические основы межличностного взаимодействия;
- проторекламные элементы, условия возникновения рекламной информации и рекламной деятельности; основные периоды развития рекламы;
- анализировать тенденции развития рекламы периода античности;
- средневековая реклама(периодизация Средневековья и виды рекламы, основные сферы деятельности средневековой рекламы, средневековая символика и эмблематика в рекламе). Конфессиональная протореклама. Новшества раннего Средневековья. Рекламные функции средневековых городских глашатаев. Рекламная деятельность герольдов. Фольклорные виды устной рекламы Средневековья. Рекламные особенности «криков улиц». Реклама стационарных зазывал. Изобразительная реклама развитого Средневековья. Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе. Цеховые демонстративные акции и саморегулирование цеховой рекламы. Активизация религиозной рекламы. Предплакатные жанры рекламы. Изобразительная и письменная реклама позднего Средневековья. Институт регулирования рекламной деятельности;
- типологию рекламных жанров западноевропейской рекламы Нового времени;
- условия развития североамериканской рекламы XVII-XVIII вв;
- этапы и направления развития рекламы XIX веке в России, Европе и США;
- этапы и направления развития рекламы XX века;
- понятие "рекламное агентство полного цикла", ведущие рекламные агентства полного цикла XX-XXI века: общая характеристика, история возникновения, основные рекламные кампании;
- международные рекламные корпорации: общая характеристика, история возникновения, основные рекламные кампании;
- рекламные кампании ведущих копирайтеров, их творческие подходы к созданию текстов;
- истоки института связей с общественностью в эпоху Античности и Средних веков;
- навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в странах Востока и Западной Европы в Средние века;
- этапы развитие связей с общественностью в условиях европейского абсолютизма, в США;
- этапы развития института связей с общественностью в России;
- общую характеристику эпохи глобальной информатизации общества: с 1965 г. по настоящее время, особенности национального PR в разных странах, известные pr-кампании в западной мировой практике;

- понятие «реклама» и ее функции. Реклама как информация, реклама как деятельность, реклама как бизнес. Реклама в системе рыночной экономики. Экономическая, информационная, социально-психологическая и культурная роли рекламы в обществе. Основные виды рекламы: коммерческая, социальная реклама, политическая реклама, местная реклама, корпоративная реклама, международная (глобальная) реклама;
- структура личности. Психология имиджа. Я-Образ. Внушение и техника манипуляций. Внимание. Понимание. Запоминание;
- достоинство и недостатки использования данных медианосителей в рекламных целях. Типология радиорекламы и телевизионной рекламы. Медиахолдинги в России;
- понятие "рекламный продукт". Специфику рекламного продукта. Коммуникационные рекламные стратегии. Креативные рекламные стратегии. Определять понятие "рекламная идея". Сущность и процесс разработки рекламного сообщения;
- функции искусства в современном обществе;
- проблемы сферы искусства в России и за рубежом;
- значение работы с аудиторией в сфере искусства;
- основные особенности организации PR-компаний;
- роль и значение рекламы в сфере искусства;
- формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы;
- виды методов исследования, специфику их применения;
- требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности;
- формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах работы;
- основы деловых коммуникаций профессионального взаимодействия в профессиональной деятельности, рекламные технологии;
- основные виды и характеристику направлений деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью;
- технологии и инструменты рекламы и связей с общественностью, направленные на продвижение организации и взаимодействие с общественностью;
- актуальные профессиональные задачи в области научно - исследовательской и практической деятельности в соответствии с профилем подготовки и соответствующие научно - практические методы их решения;
- изученный в процессе обучения материал и подготовить план, включающий основные содержательные составляющие ответа на вопрос;

#### **уметь**

- анализировать литературное произведение как художественно-эстетическое явление;
- осуществлять отбор нормативных языковых единиц;
- применять основные типы выразительных средств русского языка, избегать коммуникативных неудач;
- выделять теоретические, прикладные, ценностные аспекты культурологического знания;
- анализировать специфику социально-культурной жизни в отличие от природной;
- использовать полученные знания для анализа роли образования и педагогической деятельности в современном обществе;
- компетентно определять в текстах культуры конкретные типы культур;
- различать разные типы личностей, сообществ как субъектов культуротворчества;
- интерпретировать символы культуры в различных ее явлениях и текстах;
- распознавать элементы мифологического мышления и поведения в социальной практике;
- анализировать явления порождения, функционирования и исчезновения форм культуры;
- определять и прогнозировать культурное значение элементов традиции и инноваций;
- применять теоретические знания при анализе конкретных фактов и явлений современной культурной жизни;
- определять специфику этнокультурного взаимодействия и его виды;
- идентифицировать этнодемографические процессы и социальные структуры этнических

общностей;

- выделять художественно-эстетические критерии в явлениях духовной, социальной, практической жизни человека и общества;
- обосновывать концепции возникновения художественных практик в человеческом обществе;
- различать и идентифицировать виды и жанры древневосточного искусства разных стран и народов;
- объяснять специфику древневосточного искусства, исходя из социально-исторических и духовных оснований древневосточных цивилизаций;
- идентифицировать объекты античного искусства в отношении периода их создания, стиля, авторства;
- идентифицировать объекты средневекового искусства в отношении периода их создания, стиля, социально-духовного статуса;
- анализировать произведения древнерусского искусства;
- применять теоретические знания при анализе конкретных произведений искусства эпохи Возрождения;
- определять специфику западноевропейского и российского искусства эпохи Просвещения;
- применять методы художественно-интерпретационного анализа к конкретным произведениям современного искусства;
- анализировать произведения древнерусской литературы в сопоставлении с жанровым каноном, а также в свете фольклорной традиции;
- рассматривать эпические, лирические, драматические произведения русской литературы XVIII века в контексте истории и культуры;
- самостоятельно анализировать романтические произведения первой половины XIX века в историко-культурном контексте;
- характеризовать основные литературные направления, течения, школы рубежа XIX-XX века;
- использовать научные категории для оценки профессиональных ситуаций;
- использовать знание закономерностей развития психики в процессе создания медиатекстов;
- использовать результаты психологического анализа поведения личности и сотрудников в коллективе в интересах повышения эффективности работы;
- применять адекватно методы диагностики личности, способностей и склонностей для решения профессиональных задач;
- анализировать условия возникновения рекламной информации и рекламной деятельности;
- типологию рекламных жанров западноевропейской и отечественной рекламы периода Средних веков;
- анализировать тенденции развития западноевропейской и отечественной рекламы Нового времени;
- анализировать особенности направлений развития североамериканской рекламы в США XVII-XVIII века;
- анализировать особенности этапов развития рекламы XIX века, направления развития рекламы XIX века;
- анализировать особенности этапов развития рекламы XX века, направления развития рекламы XX века;
- анализ особенностей организации работы агентства полного цикла на примере ведущих рекламных агентств;
- анализ особенностей организации работы международных рекламных корпораций;
- анализ творческих подходов к созданию рекламных кампаний ведущих копирайтеров;
- анализировать особенности развития связей с общественностью в государствах Древнего мира, античной Греции и Риме;
- анализировать особенности развития связей с общественностью в странах Востока и Западной Европы в Средние века;
- анализировать особенности развития связей с общественностью в Новое время и эпоху индустриального общества;
- анализировать особенности развития связей с общественностью в России;
- анализировать известные кампании по связям с общественностью в западной практике;

- дифференцировать виды классификаций рекламы: по охвату территории, по средствам распространения, по функциям и целям, по прочим параметрам. Определять условия возникновения рекламы как информации, рекламы как деятельности, рекламы как бизнеса. Проторекламные элементы;
- проводить психологические исследования в рекламе: исследования психологического восприятия рекламы, определять социально-психологическое воздействие рекламы на потребителя;
- анализировать региональный рекламный рынок на радио и телевидении в Волгограде (общая характеристика)использовать наружную рекламу: преимущества и недостатки. Типологизировать наружную рекламу;
- реализовывать методики разработки рекламных сообщений, осуществлять рекламное творчество: концепции и их реализация;
- выявлять особенности рынка современного искусства;
- сравнивать особенности искусства в России и за рубежом;
- организовывать работу с аудиторией в сфере искусства;
- использовать различные PR подходы в организации работы в учреждениях сферы культуры;
- эффективно организовывать этапы рекламной компании в сфере искусства;
- составлять и обсуждать с научным руководителем план дипломной работы, выделять проблемные моменты;
- составлять программу эмпирического исследования с обоснованием методологического аппарата;
- обосновать и представить индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике;
- составлять и обсуждать с руководителем план практической деятельности, выделять проблемные моменты;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности;
- анализировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в конкретной организации под руководством специалиста;
- применять знания по формированию пабликитного капитала организации, взаимодействию со СМИ;
- систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных научных и практических задач в профессиональной сфере;
- проанализировать предложенную основную и дополнительную литературу, а также тексты лекций по соответствующим дисциплинам, и выбрать материал, который может составить содержание ответа;

### **владеТЬ**

- основными методами и приемами анализа произведений с учетом новых подходов и направлений литературоведческой науки;
- навыками создания коммуникативно эффективного текста;
- приемами и стилями коммуникативно успешного общения;
- комплексом теоретических знаний о сущности культуры и навыками их применения для обоснования практических решений, касающихся как повседневной жизни, так и профессиональной деятельности;
- навыками применения знаний о структуре культуры и значимости ее основных компонентов при решении социальных и профессиональных задач;
- комплексом теоретических знаний о типологии культур и навыками их применения в межкультурном взаимодействии на уровне личного и профессионального общения;
- технологией применения теоретических знаний о субъектах культуры в реальном социально-духовном и профессионально-практическом взаимодействии с ними;
- навыками культурно-символической интерпретации в различных формах культуры (в искусстве, экономике, масс-медиа, политике);
- технологией противостояния манипуляциям, основанным на элементах мифологического сознания и поведения в социально-практических и профессиональных жизненных ситуациях;

- навыками применения знаний о трансляционных структурах культуры, при разработке и реализации учебных и культурно-просветительских программ для различных образовательных учреждений и учреждений культуры;
- навыками решения проблем современной культуры на уровне личной духовной, социальной, практической жизни, а также в профессиональной деятельности;
- способами разрешения межэтнических, межконфессиональных и других общественных конфликтов;
- способностью толерантно воспринимать социальные (этнические, конфессиональные), личностные и культурные различия;
- комплексом теоретических знаний о сущности искусства, осознавая его мировоззренческое значение, связь не только с индивидуальной жизнью, но и социальной практикой профессиональной деятельности;
- навыками анализа и интерпретации конкретных произведений первобытной художественной культуры;
- навыками художественной интерпретации объектов и текстов древневосточного искусства и обнаружения его форм в современных художественных практиках и объектах;
- навыками художественной интерпретации произведений античного искусства и обнаружения его традиций (цитаций, имитаций, репликаций) в современном искусстве;
- навыками художественной и культурно-символической интерпретации произведений искусства средневековой эпохи и обнаружения его традиций в современной художественной жизни;
- навыками применения знаний о древнерусском искусстве в социально значимых практиках охраны культурного наследия при разработке и реализации учебных и социальных программ для различных образовательных учреждений;
- навыками художественной и культурно-символической интерпретации произведений искусства эпохи Возрождения и обнаружения его элементов в современном искусстве;
- методами продуктивного социально-художественного анализа, направленного на выявление сложных взаимосвязей искусства с наукой, философией, политикой, социальными утопиями и антиутопиями и навыками интерпретации современных явлений художественной жизни в этом контексте;
- методами понимания настоящего состояния культуры в целом на основе анализа и интерпретации искусства современности;
- навыками анализа текстов фольклора и древнерусской литературы с учетом историко-культурного контекста;
- навыками самостоятельного анализа художественных текстов русской литературы XVIII века в единстве формы и содержания с учетом новых подходов и направлений литературоведческой науки;
- навыками целостного анализа романтических произведения русской литературы первой половины XIX века с учетом новых подходов литературоведческой науки;
- навыками анализа реалистических и модернистских произведений с учётом специфики жанра;
- психологическим приемами саморегуляции поведения;
- базовыми умениями анализа и объяснения особенностей поведения человека в коммуникативных ситуациях;
- способами активизации личностных ресурсов и ресурсов социального окружения;
- типологию рекламных жанров периода Античности;
- анализировать тенденции развития западноевропейской и отечественной рекламы периода Средних веков;
- навыком анализа топовых рекламных кампаний известных копирайтеров;
- навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в государствах Древнего мира, античной Греции и Риме;
- навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в странах Востока и Западной Европы в Средние века;
- навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в Новое время и эпоху индустриального общества;

- навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в России;
- навыком анализа известных кампаний по связям с общественностью в западной практике;
- навыками определения и типов и структуры рекламы, методами ее осуществления;
- навыками проведения интервью, беседы, опроса;
- методами продвижения и особенности рекламы в сети: баннерная реклама, мобильный интернет;
- общими вопросами создания рекламного креатива. Приемами создания визуальных образов в рекламе и концепций рекламного творчества;
- организационными основами взаимосвязи технологий искусства и PR;
- PR-технологиями в сфере искусства;
- основами организации PR коммуникаций со СМИ;
- стратегией и тактикой проведения информационных компаний;
- целями и функциями рекламы в сфере искусства;
- теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы;
- общими методами построения исследовательской работы;
- навыками оформления и анализа результатов исследования в конечный вариант;
- профессиональными знаниями в области ПР-документации, копирайтинга, рекламной коммуникации, делового общения;
- навыками оформления и анализа результатов практики в конечный вариант;
- методами прикладных исследований;
- методикой представления результатов научной и практической деятельности в формах отчетов, рефератов, публикаций и дискуссий;
- профессиональными навыками для решения научно - исследовательских проблем исследования и умением представления и публичной защиты результатов исследования;
- знаниями и навыками по решению теоретических и практических задач, имеющих определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

#### **1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции**

<b>№ п/п</b>	<b>Уровни сформированности компетенции</b>	<b>Основные признаки уровня</b>
1	<b>Пороговый (базовый) уровень</b> (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	???
2	<b>Повышенный (продвинутый) уровень</b> (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	???
3	<b>Высокий (превосходный) уровень</b> (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность)	???

	компетенции)	
--	--------------	--

## 2. Программа формирования компетенции

### 2.1. Содержание, формы и методы формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Содержание образования в терминах «знать», «уметь», «владеть»	Формы и методы
1	Зарубежная литература	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– содержание и художественные особенности литературных произведений эпохи античности, Средневековья, Ренессанса, 17-19 веков</li> <li>– содержание и художественные особенности литературных произведений 20 начала 21 веков</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать литературное произведение как художественно-эстетическое явление</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основными методами и приемами анализа произведений с учетом новых подходов и направлений литературоведческой науки</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен
2	Культура речи	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретические основы культуры речи</li> <li>– основные качества коммуникативно успешной речи</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять отбор нормативных языковых единиц</li> <li>– применять основные типы выразительных средств русского языка, избегать коммуникативных неудач</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками создания коммуникативно эффективного текста</li> <li>– приемами и стилями коммуникативно успешного общения</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен
3	Культурология	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– значение содержание основных категорий и понятий теории культуры</li> <li>– основные формы культуры</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– критерии различных типологий культур</li> <li>– основные социально-исторические и духовные основания соотношения культуры и цивилизации</li> <li>– основные субъекты культуры</li> <li>– особенности символической деятельности человека</li> <li>– основные характеристики мифологического мышления</li> <li>– основные закономерности генезиса культуры</li> <li>– формы и способы трансляции социокультурного опыта на микрокультурном и макрокультурном уровнях</li> <li>– специфику и направленность тенденций развития современной культуры</li> <li>– основные глобальные проблемы человека и общества в современной культуре</li> <li>– основные сферы этнокультурного взаимодействия, виды этнических контактов и их результаты, пути и способы преодоления «культурного шока»</li> <li>– этнолингвистическую и конфессиональную характеристику народов России уметь:</li> <li>– выделять теоретические, прикладные, ценностные аспекты культурологического знания</li> <li>– анализировать специфику социально-культурной жизни в отличие от природной</li> <li>– использовать полученные знания для анализа роли образования и педагогической деятельности в современном обществе</li> <li>– компетентно определять в текстах культуры конкретные типы культур</li> <li>– различать разные типы личностей, сообществ как субъектов культуротворчества</li> <li>– интерпретировать символы культуры в различных ее явлениях и текстах</li> </ul>	
--	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– распознавать элементы мифологического мышления и поведения в социальной практике</li> <li>– анализировать явления порождения, функционирования и исчезновения форм культуры</li> <li>– определять и прогнозировать культурное значение элементов традиции и инноваций</li> <li>– применять теоретические знания при анализе конкретных фактов и явлений современной культурной жизни</li> <li>– определять специфику этнокультурного взаимодействия и его виды</li> <li>– идентифицировать этнодемографические процессы и социальные структуры этнических общностей</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– комплексом теоретических знаний о сущности культуры и навыками их применения для обоснования практических решений, касающихся как повседневной жизни, так и профессиональной деятельности</li> <li>– навыками применения знаний о структуре культуры и значимости ее основных компонентов при решении социальных и профессиональных задач</li> <li>– комплексом теоретических знаний о типологии культур и навыками их применения в межкультурном взаимодействии на уровне личного и профессионального общения</li> <li>– технологией применения теоретических знаний о субъектах культуры в реальном социально-духовном и профессионально-практическом взаимодействии с ними</li> <li>– навыками культурно-символической интерпретации в различных формах культуры (в искусстве, экономике, масс-медиа, политике)</li> <li>– технологией противостояния манипуляциям, основанным на</li> </ul>	
--	--	--

		<p>элементах мифологического сознания и поведения в социально-практических и профессиональных жизненных ситуациях</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками применения знаний о трансляционных структурах культуры, при разработке и реализации учебных и культурно-просветительских программ для различных образовательных учреждений и учреждений культуры</li> <li>– навыками решения проблем современной культуры на уровне личной духовной, социальной, практической жизни, а также в профессиональной деятельности</li> <li>– способами разрешения межэтнических, межконфессиональных и других общественных конфликтов</li> <li>– способностью толерантно воспринимать социальные (этнические, конфессиональные), личностные и культурные различия</li> </ul>	
4	Мировая художественная культура	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– содержание основных теорий и подходов к пониманию места искусства в культуре</li> <li>– социальные функции искусства</li> <li>– основные теории происхождения искусства</li> <li>– формы и специфику первобытного искусства</li> <li>– периодизацию художественной культуры Древнего Востока</li> <li>– духовные, социальные и художественные особенности древнегреческой и древнеримской художественной культуры</li> <li>– виды и жанры античного искусства</li> <li>– религиозные и художественные особенности средневековой культуры</li> <li>– периодизацию истории средневековой художественной культуры</li> <li>– основные периоды древнерусского искусства</li> <li>– основные центры, стили и</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен

	<p>авторские школы в архитектуре, иконописи, книжной культуре</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– специфику гуманистических ценностей, воплощаемых ренессансным искусством</li> <li>– основные периоды, центры, школы в различных видах искусства эпохи Возрождения</li> <li>– основные особенности искусства эпохи Просвещения</li> <li>– стили и школы в художественной культуре Просвещения</li> <li>– основные тенденции, направления, школы в развитии современного искусства</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выделять художественно-эстетические критерии в явлениях духовной, социальной, практической жизни человека и общества</li> <li>– обосновывать концепции возникновения художественных практик в человеческом обществе</li> <li>– различать и идентифицировать виды и жанры древневосточного искусства разных стран и народов</li> <li>– объяснять специфику древневосточного искусства, исходя из социально-исторических и духовных оснований древневосточных цивилизаций</li> <li>– идентифицировать объекты античного искусства в отношении периода их создания, стиля, авторства</li> <li>– идентифицировать объекты средневекового искусства в отношении периода их создания, стиля, социально-духовного статуса</li> <li>– анализировать произведения древнерусского искусства</li> <li>– применять теоретические знания при анализе конкретных произведений искусства эпохи Возрождения</li> <li>– определять специфику западноевропейского и российского искусства эпохи</li> </ul>	
--	--	--

	<p>Просвещения</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять методы художественно-интерпретационного анализа к конкретным произведениям современного искусства</li> <li>владеть:</li> <li>– комплексом теоретических знаний о сущности искусства, осознавая его мировоззренческое значение, связь не только с индивидуальной жизнью, но и социальной практикой профессиональной деятельности</li> <li>– навыками анализа и интерпретации конкретных произведений первобытной художественной культуры</li> <li>– навыками художественной интерпретации объектов и текстов древневосточного искусства и обнаружения его форм в современных художественных практиках и объектах</li> <li>– навыками художественной интерпретации произведений античного искусства и обнаружения его традиций (цитаций, имитаций, репликаций) в современном искусстве</li> <li>– навыками художественной и культурно-символической интерпретации произведений искусства средневековой эпохи и обнаружения его традиций в современной художественной жизни</li> <li>– навыками применения знаний о древнерусском искусстве в социально значимых практиках охраны культурного наследия при разработке и реализации учебных и социальных программ для различных образовательных учреждений</li> <li>– навыками художественной и культурно-символической интерпретации произведений искусства эпохи Возрождения и обнаружения его элементов в современном искусстве</li> <li>– методами продуктивного</li> </ul>	
--	---	--

		<p>социально-художественного анализа, направленного на выявление сложных взаимосвязей искусства с наукой, философией, политикой, социальными утопиями и антиутопиями и навыками интерпретации современных явлений художественной жизни в этом контексте</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами понимания настоящего состояния культуры в целом на основе анализа и интерпретации искусства современности</li> </ul>	
5	Отечественная литература	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– систему жанров фольклора и древнерусской литературы, содержание основных литературных памятников древнерусской литературы</li> <li>– содержание и художественные особенности основных произведений русской литературы XVIII века</li> <li>– содержание и идейно-художественное своеобразие произведений русских классиков второй половины XIX века</li> <li>– особенности литературного развития рубежа рубежа XIX-XX столетий</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать произведения древнерусской литературы в сопоставлении с жанровым каноном, а также в свете фольклорной традиции</li> <li>– рассматривать эпические, лирические, драматические произведения русской литературы XVIII века в контексте истории и культуры</li> <li>– самостоятельно анализировать романтические произведения первой половины XIX века в историко-культурном контексте</li> <li>– характеризовать основные литературные направления, течения, школы рубежа XIX-XX века</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками анализа текстов фольклора и древнерусской</li> </ul>	<p>лекции, практические занятия, экзамен</p>

		<p>литературы с учетом историко-культурного контекста</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками самостоятельного анализа художественных текстов русской литературы XVIII века в единстве формы и содержания с учетом новых подходов и направлений</li> <li>литературоведческой науки</li> <li>– навыками целостного анализа романтических произведения русской литературы первой половины XIX века с учетом новых подходов</li> <li>литературоведческой науки</li> <li>– навыками анализа реалистических и модернистских произведений с учётом специфики жанра</li> </ul>	
6	Психология	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– психологические методы познания и самопознания, развития, коррекции и саморегуляции</li> <li>– основные механизмы филогенетического и онтогенетического развития психики, сущность сознания как высшей формы отражения</li> <li>– базовые социально-психологические методы и теоретические основы для решения практических задач в профессиональной деятельности</li> <li>– психолого-педагогические основы межличностного взаимодействия</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать научные категории для оценки профессиональных ситуаций</li> <li>– использовать знание закономерностей развития психики в процессе создания медиатекстов</li> <li>– использовать результаты психологического анализа поведения личности и сотрудников в коллективе в интересах повышения эффективности работы</li> <li>– применять адекватно методы диагностики личности, способностей и склонностей для</li> </ul>	<p>лекции, практические занятия, экзамены</p>

		<p>решения профессиональных задач</p> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– психологическим приемами саморегуляции поведения</li> <li>– базовыми умениями анализа и объяснения особенностей поведения человека в коммуникативных ситуациях</li> <li>– способами активизации личностных ресурсов и ресурсов социального окружения</li> </ul>	
7	История рекламы в социально-культурной сфере	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проторекламные элементы, условия возникновения рекламной информации и рекламной деятельности; основные периоды развития рекламы</li> <li>– анализировать тенденции развития рекламы периода античности</li> <li>– средневековая реклама(периодизация Средневековья и виды рекламы, основные сферы деятельности средневековой рекламы, средневековая символика и эмблематика в рекламе).</li> <li>Конфессиональная протореклама. Новшества раннего Средневековья.</li> <li>Рекламные функции средневековых городских глашатаев. Рекламная деятельность герольдов.</li> <li>Фольклорные виды устной рекламы Средневековья.</li> <li>Рекламные особенности «криков улиц». Реклама стационарных зазывал. Изобразительная реклама развитого Средневековья. Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе. Цеховые демонстративные акции и саморегулирование цеховой рекламы. Активизация религиозной рекламы.</li> <li>Предплакатные жанры рекламы. Изобразительная и письменная реклама позднего Средневековья.</li> <li>Институт регулирования рекламной деятельности</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– типологию рекламных жанров западноевропейской рекламы Нового времени</li> <li>– условия развития североамериканской рекламы XVII-XVIII вв</li> <li>– этапы и направления развития рекламы XIX веке в России, Европе и США</li> <li>– этапы и направления развития рекламы XX века</li> <li>– понятие "рекламное агентство полного цикла", ведущие рекламные агентства полного цикла XX-XXI века: общая характеристика, история возникновения, основные рекламные кампании</li> <li>– международные рекламные корпорации: общая характеристика, история возникновения, основные рекламные кампании</li> <li>– рекламные кампании ведущих копирайтеров, их творческие подходы к созданию текстов уметь:</li> <li>– анализировать условия возникновения рекламной информации и рекламной деятельности</li> <li>– типологию рекламных жанров западноевропейской и отечественной рекламы периода Средних веков</li> <li>– анализировать тенденции развития западноевропейской и отечественной рекламы Нового времени</li> <li>– анализировать особенности направлений развития североамериканской рекламы в США XVII-XVIII века</li> <li>– анализировать особенности этапов развития рекламы XIX века, направления развития рекламы XIX века</li> <li>– анализировать особенности этапов развития рекламы XX века, направления развития рекламы XX века</li> <li>– анализ особенностей организации работы агентства полного цикла на примере</li> </ul>	
--	---	--

		<p>ведущих рекламных агентств</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализ особенностей организации работы международных рекламных корпораций</li> <li>– анализ творческих подходов к созданию рекламных кампаний ведущих копирайтеров</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– типологию рекламных жанров периода Античности</li> <li>– анализировать тенденции развития западноевропейской и отечественной рекламы периода Средних веков</li> <li>– навыком анализа топовых рекламных кампаний известных копирайтеров</li> </ul>	
8	История связей с общественностью в социально-культурной сфере	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– истоки института связей с общественностью в эпоху Античности и Средних веков</li> <li>– навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в странах Востока и Западной Европы в Средние века</li> <li>– этапы развитие связей с общественностью в условиях европейского абсолютизма, в США</li> <li>– этапы развития института связей с общественностью в России</li> <li>– общую характеристику эпохи глобальной информатизации общества: с 1965 г. по настоящее время, особенности национального PR в разных странах, известные PR-кампании в западной мировой практике</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать особенности развития связей с общественностью в государствах Древнего мира, античной Греции и Риме</li> <li>– анализировать особенности развития связей с общественностью в странах Востока и Западной Европы в Средние века</li> <li>– анализировать особенности развития связей с</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамены

		<p>общественностью в Новое время и эпоху индустриального общества</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать особенности развития связей с общественностью в России</li> <li>– анализировать известные кампании по связям с общественностью в западной практике</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в государствах Древнего мира, античной Греции и Риме</li> <li>– навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в странах Востока и Западной Европы в Средние века</li> <li>– навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в Новое время и эпоху индустриального общества</li> <li>– навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в России</li> <li>– навыком анализа известных кампаний по связям с общественностью в западной практике</li> </ul>	
9	Реклама и связи с общественностью в социальной сфере современной России	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятие «реклама» и ее функции. Реклама как информация, реклама как деятельность, реклама как бизнес. Реклама в системе рыночной экономики.</li> <li>Экономическая, информационная, социально-психологическая и культурная роли рекламы в обществе.</li> <li>Основные виды рекламы: коммерческая, социальная реклама, политическая реклама, местная реклама, корпоративная реклама, интернациональная (глобальная) реклама</li> <li>– структура личности.</li> <li>Психология имиджа. Я-Образ.</li> <li>Внушение и техника манипуляций. Внимание.</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен

	<p>Понимание. Запоминание</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– достоинство и недостатки использования данных медианосителей в рекламных целях. Типология радиорекламы и телевизионной рекламы.</li> </ul> <p>Медиахолдинги в России</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятие "рекламный продукт".</li> </ul> <p>Специфику рекламного продукта. Коммуникационные рекламные стратегии.</p> <p>Креативные рекламные стратегии. Определять понятие "рекламная идея". Сущность и процесс разработки рекламного сообщения</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– дифференцировать виды классификаций рекламы: по охвату территории, по средствам распространения, по функциям и целям, по прочим параметрам.</li> </ul> <p>Определять условия возникновения рекламы как информации, рекламы как деятельности, рекламы как бизнеса. Проторекламные элементы</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить психологические исследования в рекламе: исследования психологического восприятия рекламы, определять социально-психологическое воздействие рекламы на потребителя</li> <li>– анализировать региональный рекламный рынок на радио и телевидении в Волгограде (общая характеристика) использовать наружную рекламу: преимущества и недостатки. Типологизировать наружную рекламу</li> <li>– реализовывать методики разработки рекламных сообщений, осуществлять рекламное творчество: концепции и их реализация</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками определения и типов и структуры рекламы, методами ее осуществления</li> <li>– навыками проведения</li> </ul>	
--	---	--

		<p>интервью, беседы, опроса</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами продвижения и особенности рекламы в сети: баннерная реклама, мобильный интернет</li> <li>– общими вопросами создания рекламного креатива. Приемами создания визуальных образов в рекламе и концепций рекламного творчества</li> </ul>	
10	Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– функции искусства в современном обществе</li> <li>– проблемы сферы искусства в России и за рубежом</li> <li>– значение работы с аудиторией в сфере искусства</li> <li>– основные особенности организации PR-компаний</li> <li>– роль и значение рекламы в сфере искусства</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять особенности рынка современного искусства</li> <li>– сравнивать особенности искусства в России и за рубежом</li> <li>– организовывать работу с аудиторией в сфере искусства</li> <li>– использовать различные PR подходы в организации работы в учреждениях сферы культуры</li> <li>– эффективно организовывать этапы рекламной компании в сфере искусства</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– организационными основами взаимосвязи технологий искусства и PR</li> <li>– PR-технологиями в сфере искусства</li> <li>– основами организации PR коммуникаций со СМИ</li> <li>– стратегией и тактикой проведения информационных компаний</li> <li>– целями и функциями рекламы в сфере искусства</li> </ul>	<p>лекции, практические занятия, экзамены</p>
11	Преддипломная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы</li> <li>– виды методов исследования, специфику их применения</li> </ul>	

		<p>– требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять и обсуждать с научным руководителем план дипломной работы, выделять проблемные моменты</li> <li>– составлять программу эмпирического исследования с обоснованием методологического аппарата</li> <li>– обосновать и представать индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы</li> <li>– общими методами построения исследовательской работы</li> <li>– навыками оформления и анализа результатов исследования в законченный вариант</li> </ul>	
12	Профессионально-ознакомительная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах работы</li> <li>– основы деловых коммуникаций профессионального взаимодействия в профессиональной деятельности, рекламные технологии</li> <li>– требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности уметь:</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять и обсуждать с руководителем план практической деятельности, выделять проблемные моменты</li> <li>– решать стандартные задачи профессиональной деятельности</li> <li>– обосновать и представать индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы</li> <li>– профессиональными знаниями</li> </ul>	

		в области ПР-документации, копирайтинга, рекламной коммуникации, делового общения – навыками оформления и анализа результатов практики в законченный вариант	
13	Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков	<p>знатъ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные виды и характеристику направлений деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью</li> <li>– технологии и инструменты рекламы и связей с общественностью, направленные на продвижение организации и взаимодействие с общественностью</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в конкретной организации под руководством специалиста</li> <li>– применять знания по формированию пабликитного капитала организации, взаимодействию со СМИ</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами прикладных исследований</li> <li>– методикой представления результатов научной и практической деятельности в формах отчетов, рефератов, публикаций и дискуссий</li> </ul>	

## 2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Курсы									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Зарубежная литература	+									
2	Культура речи		+								
3	Культурология	+									
4	Мировая художественная культура	+									
5	Отечественная литература	+									
6	Психология	+									
7	История рекламы в социально-культурной сфере		+								

8	История связей с общественностью в социально-культурной сфере		+								
9	Реклама и связи с общественностью в социальной сфере современной России				+						
10	Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России				+						
11	Преддипломная практика					+					
12	Профессионально-ознакомительная практика		+	+							
13	Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков			+							

### 2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Зарубежная литература	Реферат. Исследовательский проект. Зачет.
2	Культура речи	Экспресс-контроль. Индивидуальная работа на занятии. Контрольная работа. Зачет.
3	Культурология	Подготовка доклада по вопросам практических занятий. Выполнение тестовых заданий. Выполнение письменной проверочной работы. Написание реферата (или эссе). Составление глоссария по ключевым терминам дисциплины. Итоговый учебный проект. Зачет.
4	Мировая художественная культура	Глоссарий. Эссе. Контрольная работа. Доклад на практическом занятии. Тест. Зачет.
5	Отечественная литература	Реферат. Творческий проект. Зачет.
6	Психология	Конспект статьи. Эссе. Составление ориентировочных карт. Моделирование. Тест. Аттестация с оценкой.
7	История рекламы в социально-культурной сфере	Опрос. Презентация. Тест. Реферат. Экзамен.
8	История связей с общественностью в социально-культурной сфере	Опрос. Презентация. Тест. Реферат. Зачет.
9	Реклама и связи с общественностью в социальной сфере современной России	Контрольная работа. Выполнение реферата. Доклад. Написание эссе. Тест. Конспектирование научных публикаций. Зачет.
10	Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России	Контрольная работа. Подготовка реферата. Тест. Эссе. Аттестация с оценкой.
11	Преддипломная практика	Планирование и подготовка дипломного исследования. Исследование (составление плана, методики, проведение и анализ результатов). Написание и оформление отчета. Защита отчета по практике.
12	Профессионально-ознакомительная	Ситуационное задание (выдается руководителем

	практика	практики и согласовывается с ним). Знакомство с деятельностью специалиста по рекламе и связям с общественностью в организации. Анализ результатов и оформление отчета. Отчет о результатах практики. Рефлексия опыта самостоятельной научно-исследовательской деятельности. Выступление на студенческой конференции.
13	Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков	Ситуационное задание (выдается руководителем практики и согласовывается с ним). Знакомство с деятельностью специалиста по рекламе и связям с общественностью в организации. Анализ результатов и оформление отчета. Отчет о результатах практики. Рефлексия опыта самостоятельной научно-исследовательской деятельности. Выступление на студенческой конференции. Публикация тезисов доклада и статьи.