

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:

ОПК-3	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 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 века 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, интернациональная (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 коммуникации 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 Рима;
- 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 представлять 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 публичного 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;
- психологическими 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 Рима;
- 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 законченный вариант;
- профессиональными знаниями в области ПР-документации, копирайтинга, рекламной коммуникации, делового общения;
- навыками оформления и анализа результатов практики в законченный 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

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	Пороговый (базовый) уровень (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	???
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	???
3	Высокий (превосходный) уровень (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"> – содержание и художественные особенности литературных произведений эпохи античности, Средневековья, Ренессанса, 17-19 веков – содержание и художественные особенности литературных произведений 20 начала 21 веков <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать литературное произведение как художественно-эстетическое явление <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основными методами и приемами анализа произведений с учетом новых подходов и направлений литературоведческой науки 	лекции, практические занятия, экзамен
2	Культура речи	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы культуры речи – основные качества коммуникативно успешной речи <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять отбор нормативных языковых единиц – применять основные типы выразительных средств русского языка, избегать коммуникативных неудач <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками создания коммуникативно эффективного текста – приемами и стилями коммуникативно успешного общения 	лекции, практические занятия, экзамен
3	Культурология	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – значение содержание основных категорий и понятий теории культуры – основные формы культуры 	лекции, практические занятия, экзамен

		<ul style="list-style-type: none"> – 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 уметь: – 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 	
--	--	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> – 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 владеть: <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
--	--	---	--

		<p>элементах мифологического сознания и поведения в социально-практических и профессиональных жизненных ситуациях</p> <p>– навыками применения знаний о трансляционных структурах культуры, при разработке и реализации учебных и культурно-просветительских программ для различных образовательных учреждений и учреждений культуры</p> <p>– навыками решения проблем современной культуры на уровне личной духовной, социальной, практической жизни, а также в профессиональной деятельности</p> <p>– способами разрешения межэтнических, межконфессиональных и других общественных конфликтов</p> <p>– способностью толерантно воспринимать социальные (этнические, конфессиональные), личностные и культурные различия</p>	
4	Мировая художественная культура	<p>знать:</p> <p>– содержание основных теорий и подходов к пониманию места искусства в культуре</p> <p>– социальные функции искусства</p> <p>– основные теории происхождения искусства</p> <p>– формы и специфику первобытного искусства</p> <p>– периодизацию художественной культуры Древнего Востока</p> <p>– духовные, социальные и художественные особенности древнегреческой и древнеримской художественной культуры</p> <p>– виды и жанры античного искусства</p> <p>– религиозные и художественные особенности средневековой культуры</p> <p>– периодизацию истории средневековой художественной культуры</p> <p>– основные периоды древнерусского искусства</p> <p>– основные центры, стили и</p>	<p>лекции, практические занятия, экзамен</p>

		<p>авторские школы в архитектуре, иконописи, книжной культуре</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 русского искусства эпохи 	
--	--	---	--

		<p>Просвещения</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять методы художественно-интерпретационного анализа к конкретным произведениям современного искусства владеть: – 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 	
--	--	--	--

		<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> <p>– методами понимания настоящего состояния культуры в целом на основе анализа и интерпретации искусства современности</p>	
5	Отечественная литература	<p>знать:</p> <p>– систему жанров фольклора и древнерусской литературы, содержание основных литературных памятников древнерусской литературы</p> <p>– содержание и художественные особенности основных произведений русской литературы XVIII века</p> <p>– содержание и идейно-художественное своеобразие произведений русских классиков второй половины XIX века</p> <p>– особенности литературного развития рубежа рубежа XIX-XX столетий</p> <p>уметь:</p> <p>– анализировать произведения древнерусской литературы в сопоставлении с жанровым каноном, а также в свете фольклорной традиции</p> <p>– рассматривать эпические, лирические, драматические произведения русской литературы XVIII века в контексте истории и культуры</p> <p>– самостоятельно анализировать романтические произведения первой половины XIX века в историко-культурном контексте</p> <p>– характеризовать основные литературные направления, течения, школы рубежа XIX-XX века</p> <p>владеть:</p> <p>– навыками анализа текстов фольклора и древнерусской</p>	<p>лекции, практические занятия, экзамен</p>

		<p>литературы с учетом историко-культурного контекста</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
6	Психология	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	<p>лекции, практические занятия, экзамен</p>

		<p>решения профессиональных задач</p> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – психологическим приемами саморегуляции поведения – базовыми умениями анализа и объяснения особенностей поведения человека в коммуникативных ситуациях – способами активизации личностных ресурсов и ресурсов социального окружения 	
7	История рекламы в социально-культурной сфере	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	<p>лекции, практические занятия, экзамен</p>

		<ul style="list-style-type: none"> – 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 уметь: – 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 	
--	--	--	--

		<p>ведущих рекламных агентств</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализ особенностей организации работы международных рекламных корпораций – анализ творческих подходов к созданию рекламных кампаний ведущих копирайтеров <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типологию рекламных жанров периода Античности – анализировать тенденции развития западноевропейской и отечественной рекламы периода Средних веков – навыком анализа топовых рекламных кампаний известных копирайтеров 	
8	История связей с общественностью в социально-культурной сфере	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 развития 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 <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>общественностью в Новое время и эпоху индустриального общества</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать особенности развития связей с общественностью в России – анализировать известные кампании по связям с общественностью в западной практике <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
9	Реклама и связи с общественностью в социальной сфере современной России	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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, интернациональная (глобальная) реклама – структура личности. Психология имиджа. Я-Образ. Внушение и техника манипуляций. Внимание. 	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>Понимание. Запоминание</p> <ul style="list-style-type: none"> – достоинство и недостатки использования данных медианосителей в рекламных целях. Типология радиорекламы и телевизионной рекламы. <p>Медиахолдинги в России</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятие "рекламный продукт". <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"> – дифференцировать виды классификаций рекламы: по охвату территории, по средствам распространения, по функциям и целям, по прочим параметрам. <p>Определять условия возникновения рекламы как информации, рекламы как деятельности, рекламы как бизнеса. Проторекламные элементы</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками определения и типов и структуры рекламы, методами ее осуществления – навыками проведения 	
--	--	---	--

		<p>интервью, беседы, опроса</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
10	Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	<p>лекции, практические занятия, экзамен</p>
11	Преддипломная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы – виды методов исследования, специфику их применения 	

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

		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>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в конкретной организации под руководством специалиста – применять знания по формированию публичного капитала организации, взаимодействию со СМИ <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами прикладных исследований – методикой представления результатов научной и практической деятельности в формах отчетов, рефератов, публикаций и дискуссий 	

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.