

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 03.10.2023 15:25:08
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:

Брызгалова Е.Н.



Филологический факультет
Тверской государственной
университет
2023 г.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Теория и практика массовой информации

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 1 курса очной формы обучения

Составитель: д.ф.н., профессор Бушев А. Б.



Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины является изучение истории появления и становления рекламы и связей с общественностью до нынешнего ее состояния, систематизация опыта и открытие основных школ рекламы и СО, освоение эмпирического материала, служащего базой для использования в дальнейшей профессиональной коммуникации.

Курс «Теория и практика массовой информации» ставит своими задачами ознакомление бакалавров с теорией массовой коммуникации и ее практикой – основными видами массовой коммуникации: журналистикой, ее видами и моделями; рекламой, ее моделями; связями с общественностью, их задачами и моделями; массовой политической коммуникацией; массовой коммуникацией в Интернете; массовой устной коммуникацией; массовой коммуникацией кино и экранной мультимедийной массовой коммуникацией. Ставится задача охарактеризовать все эти виды массовой коммуникации, подчеркнув их общность и различия, определить их место в системе массовой информации и коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Для успешного освоения дисциплины «Теория и практика массовой информации» в качестве уровня начальной подготовки обучающийся должен освоить такие дисциплины как «История (история России, всеобщая история)», «Русский язык и культура речи», «История рекламы и связей с общественностью», *иметь представление* об основных направлениях в развитии средств массовой информации, *знать* нормы русского языка и культуры речи, *уметь* связно высказываться в устной и письменной форме по любому вопросу.

Данная учебная дисциплина связана с курсами «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций» а также, дисциплинами ««Технологии управления общественным мнением» и

«Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)»

3. Объем дисциплины:

3 зачетных единицы, 108 академических часов, **в том числе**

контактная работа: лекции 18 часов, практические занятия 18 часов,

самостоятельная работа: 72 часа.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – зачет, 2 семестр.

6. Язык преподавания русский.