


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о подписи:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 17:15:35
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ


Председатель КСН
М.Л. Белоножко
«28» 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Современная медиаиндустрия

направление: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Цифровые коммуникации и новые медиа

форма обучения: очная, заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8. 06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Цифровые коммуникации и новые медиа к результатам освоения дисциплины Современная медиаиндустрия

Рабочая программа рассмотрена

на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

Г.И. Герасимова, профессор кафедры МиМУ, д. с.н.



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: изучение предметной области современной медиаиндустрии, подходов к функционированию современных медиа и оценки их деятельности.

Основными задачами изучения курса являются:

1. Освоение теоретических методов и подходов к изучению сферы медиа.
2. Понимание генезиса и специфики современной медиасреды в контексте изменений социоэкономического, культурного и политического публичного пространства.
3. Использование в профессиональных целях знаний о тенденциях развития печати, телевидения, радио, интернет-СМИ.
4. Умение оценивать деятельность конкретных медиаканалов и изданий.
5. Знание особенностей современных массовых медиа, их учёта в рамках рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Современная медиаиндустрия» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать следующие разделы ФГОС: «Введение в профессиональную деятельность», «Социология»; «Основы теории коммуникации».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание: технологий сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов.

Умения: осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.

Владение: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий, подготовки плана и бюджета мероприятий по продвижению продукции СМИ, а также навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организаций.

Содержание дисциплины «Современная медиаиндустрия» служит основой для освоения дисциплин: «Управление коммуникационными проектами», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Интегрированные коммуникации».

2. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-5. Способен для принятия	Знать ОПК-5. 3.5.1. Знает современную медиакommunikационную систему	ОПК-5. 3.5.1. Знает составляющие современной медиаиндустрии

<p>профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирувания</p>	<p>Уметь ОПК-5. У.5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Владеть ОПК-5. В.5.1. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиа коммуникационной системы регулирования</p>	<p>ОПК-5. У.5.1. Умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5. В.5.1. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью использует современные тенденции развития медиаиндустрии. Владеет инструментами разработки коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности</p>
<p>ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>Знать ОПК-7. 3.7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности</p> <p>Уметь ОПК-7. У.7.1. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.</p> <p>Владеть ОПК-7. В.7.1.</p>	<p>ОПК-7. 3.7.1. Знает процесс последствий и эффектов от реализации коммуникационного продукта</p> <p>ОПК-7. У.7.1. Умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты разрабатываемых коммуникационных решений.</p>

	Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	ОПК-7. В.7.1. Владеет навыками применения в профессиональной деятельности принципов социальной ответственности
--	--	---

3. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 час.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лаборатор. занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	1 /1	34	17	-	57	зачет
заочная	1/1	8	6	-	90+4	Зачет, контрольная работа

4. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины

очная форма обучения (ОФО) Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	П.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Медиаиндустрия в современном обществе	17	8	-	28	53	ОПК-5. ОПК-7	Презентация Кейсы
2	2	Медиаиндустрия как часть социально-экономической системы общества	17	9	-	29	55		Презентация Кейсы
		зачет							Вопросы к зачету
Итого:			34	17	-	57	108		

Заочная форма обучения (ЗФО)

№ п/п	Структура дисциплины	Аудиторные занятия, час.	СРС, час.	Всего час.	Код ИДК	Оценочные средства
-------	----------------------	--------------------------	-----------	------------	---------	--------------------

п	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	П.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Медиаиндустрия в современном обществе	3	2	-	45	50	ОПК-5. ОПК-7	Презентация Кейсы
2	2	Медиаиндустрия как часть социально-экономической системы общества	5	4	-	45	54		Презентация Кейсы
		зачет				4	4		Вопросы к зачету
Итого:			8	6	-	90+4	108		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы)

Раздел 1. Признаки и структура медиаиндустрии. Изменения модели медиа. Факторы, влияющие на развитие медиаотрасли. Понятие и особенности медиаиндустрии. Продукты медиаиндустрии: материальные, нематериальные. Системные трансформации медиа во второй половине XX в. Формы организации медиаиндустрии. Конвергенция и кластеризация в медиаиндустрии. Управление в системе медиа. Ценовая, финансовая, программная политика. Субъекты медиаиндустрии. Процесс медиапланирования. Мониторинг. Количественные и качественные исследования медиа.

Раздел 2. Типология медиа. Типоформирующие факторы. Влияние на структуру медиа аудитории. Сегментация, позиционирование, профили потребителей. Коммуникативные функции субъектов деятельности как фактор структурирования медиа. Типологическая характеристика печатных медиа. Деловая и корпоративная периодика. Системные качества телевидения и радиовещания. Электронные СМИ в структуре медиаиндустрии. Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Типы интернет-СМИ. Конвергентные СМИ и социальные медиа. Рекламная политика редакции. СМИ как рекламоносители и рекламопроизводители.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	0,5		Общая характеристика медиасферы России.

№ п/п	Номер раздела дисципли ны	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
2		4	0,5	-	Становление российской медиаиндустрии как сферы современного общества.
3		4	0,5		Медиаиндустрия: ключевые термины и основные понятия.
4		4	0,5	-	Крупнейшие медиакомпании России: история, структура, модели функционирования.
5		2	1	-	Основы современного медиаменеджмента.
6		4	1	-	Понятие, структура и методы управления Медиапредприятием.
7	2	4	1	-	Печатные СМИ в современной российской медиаиндустрии
8.		4	1	-	Электронные СМИ как системный объект медиаиндустрии.
9		4	1	-	Системные особенности конвергентных медиа и интернета.
10		2	1	-	Реклама и PR в структуре медиа.
	Итого:	34	8	-	

Практические занятия

№ п/п	Номер раздела дисципли ны	Объем, час.			Тема занятий
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	1	-		Общая характеристика медиасферы России.
2		2	-	-	Становление российской медиаиндустрии как сферы современного общества.
3		2	0,5		Медиаиндустрия: ключевые термины и основные понятия.
4		2	0,5	-	Крупнейшие медиакомпании России: история, структура, модели функционирования.
5		2	1	-	Основы современного медиаменеджмента.
6	2	2	0,5	-	Понятие, структура и методы управления Медиапредприятием.
7		2	0,5	-	Печатные СМИ в современной российской медиаиндустрии.
8.		2	1	-	Электронные СМИ как системный объект медиаиндустрии.
9		1	1	-	Системные особенности конвергентных медиа и интернета.
10		1	1	-	Реклама и PR в структуре медиа
	Итого:	17	6		

Таблица 5.2.2

Лабораторные работы
Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа обучающегося

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции	Виды СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	
1	1	3	11	-	Общая характеристика медиасферы России.	Подготовка к практическим занятиям
2		6	11	-	Становление российской медиаиндустрии как сферы современного общества.	Подготовка к практическим занятиям
3		6	11	-	Медиаиндустрия: ключевые термины и основные понятия.	Подготовка к практическим занятиям
4		6	12	-	Крупнейшие медиакомпании России: история, структура, модели функционирования.	Подготовка к практическим занятиям
5	2	6	5	-	Основы современного медиаменеджмента.	Подготовка к практическим занятиям
6		6	8	-	Понятие, структура и методы управления Медиапредприятием.	Подготовка к практическим занятиям
7		6	8	-	Печатные СМИ в современной российской медиаиндустрии	Подготовка к практическим занятиям
8		6	8	-	Электронные СМИ как системный объект медиаиндустрии.	Подготовка к практическим занятиям
9		6	8	-	Системные особенности конвергентных медиа и интернета.	Подготовка к практическим занятиям
10		6	8	-	Реклама и PR в структуре медиа	Подготовка к практическим занятиям
	Зачет	-	4	-		Подготовка к зачету, подготовка контрольной работы
11.	Итого:	57	90+ 4			

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация материала, лекция-диалог;
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия);
- выполнение творческих заданий (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ

Метод. рек. к выполнению контрольной работы обучающихся всех направлений подготовки магистратуры, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 26 с.

Цель выполнения контрольной работы – закрепление у обучающихся теоретических знаний и приобретение практических навыков применения методов оценки рынка недвижимости и осуществления сделок с недвижимостью.

Исходными данными для выполнения работы являются:

нормативно-правовые документы;

статистическая информация;

результаты социологических исследований;

Выполнение контрольной работы обучающийся должен начинать с изучения задания, курса лекционных и практических занятий. По требованию руководителя следует собрать и изучить рекомендуемую литературу, раскрыть теоретические и практические аспекты выбранной темы контрольной работы.

Работа должна включать:

1. краткое изложение теоретических и(или) нормативно-правовых аспектов темы;
2. практические примеры, раскрывающие отдельные аспекты темы.

7.2. Тематика контрольных работ

1. Ключевые понятия медиаэкономики.
2. Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг).
3. Рынок товаров СМИ.
4. Географический рынок СМИ.
5. Аудитория в медиапланировании.
6. Анализ аудитории по категориям.
7. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
8. Рыночные стратегии предприятий СМИ.
9. Издержки в медиаиндустрии.
10. Ценовая политика: особенности формирования.
11. Издательские риски: политика государственных органов, издания конкурентов, неверный выбор структуры, оформления, формата, вариантов продвижения издания, авторский и управленческий коллектив, производственные и финансово-экономические тенденции.
12. Основные этапы развития газетной индустрии в России и Европе.
13. Типы медиконвергенции.
14. Особенность медиаконвергентных рынков. Стратегии бизнес-развития в условиях медиаконвергентного рынка.
15. Основные этапы развития индустрии электронных СМИ.
16. Основные этапы развития телеиндустрии в России и Европе.
17. Модель "длинного хвоста".
18. Европеизация и медиаиндустрии в условиях конвергенции.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Сообщение-презентация	10
1.2	Выполнение творческих заданий	10
1.3	Обсуждение практических ситуаций	10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Сообщение-презентация	10
2.2	Выполнение творческих заданий	10
2.3	Обсуждение практических ситуаций	10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Выполнение творческих заданий	10
3.2	Обсуждение практических ситуаций	10
3.3	Итоговый тест	20
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1.	Сообщение-презентация	10
2.	Выполнение творческих заданий	10
3.	Обсуждение практических ситуаций	10
4.	Сообщение-презентация	10
5.	Выполнение творческих заданий	10
6.	Обсуждение практических ситуаций	10
7.	Выполнение творческих заданий	10
8.	Обсуждение практических ситуаций	10
9.	Итоговый тест	20
	ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;

- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»,

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- MicrosoftOfficeProfessionalPlus;
- Windows 8.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлениям магистратуры, всех форм обучения / сост. М.Л. Белоножко, С.С. Ситёва; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019 – 16 с.

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина Современная медиаиндустрия
направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: **Цифровые коммуникации и новые медиа**

№	Название учебной и учебно-методической литературы, автор, издательство	КК ол-во экземпляров в БИК	Контингент обучающихся , использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронно- библиотечной системы ТИУ
1	Емельянов, Станислав Михайлович. <i>Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2020. - 197 с. - (Высшее образование). - URL: https://urait.ru/bcode/453403.</i>	ЭР	15	100	+
2	Фадеева, Елена Николаевна. <i>Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. - Москва : Юрайт, 2020. - 263 с. - (Высшее образование). - URL: https://urait.ru/bcode/450027</i>	ЭР	15	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК



Д.Х. Каюкова

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Современная медиаиндустрия
 направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
 Направленность: Цифровые коммуникации и новые медиа

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникации	ОПК-5. 3.5.1. Знает составляющие современной медиаиндустрии	Не владеет знаниями о деятельности современной медиакоммуникационной системы	Демонстрирует отдельные знания о деятельности современной медиакоммуникационной системы	Демонстрирует достаточные знания о деятельности современной медиакоммуникационной системы	Демонстрирует исчерпывающие знания о деятельности современной медиакоммуникационной системы
	ОПК-5. У.5.1. Умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Не умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Умеет не в полной мере выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	В совершенстве умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Код компет енции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
онных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5. В.5.1. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью использует современные тенденции развития медиаиндустрии. Владеет инструментами разработки коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности	Не владеет навыками при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использовать выявленные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира. Не владеет навыками разработки коммуникационных продуктов сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиа коммуникационной системы регулирования	Удовлетворительно владеет навыками при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использовать выявленные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира. Удовлетворительно владеет навыками разработки коммуникационных продуктов сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиа коммуникационной системы регулирования	Хорошо владеет навыками при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использовать выявленные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира. Хорошо владеет навыками разработки коммуникационных продуктов сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиа коммуникационной системы регулир-я	В совершенстве владеет навыками при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использовать выявленные тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира. В совершенстве владеет навыками разработки коммуникационных продуктов сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиа коммуникационной системы регулир-я.

Код компет енции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ОПК-7. Способ ен оценив ать и прогно зирова ть возмож ные эффект ы в медиас фере, следуя принци пам социал ьной ответст веннос ти	ОПК-7. 3.7.1. Знает процесс последствий и эффектов от реализации коммуникаци онного продукта	Не знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	Недостаточно знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	Хорошо знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	В совершенстве знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
	ОПК-7. У.7.1. Умеет оценивать и прогно зировать возможные эф фекты разрабатываемых коммуникационных реше ний.	Не умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	Недостаточно хорошо осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	Хорошо осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	В совершенстве осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.

Код компет енции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ОПК-7. В.7.1. Владеет навыками применения в профессиональной деятельности принципов социальной ответственности	Не владеет навыками применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	Удовлетворительно владеет навыками применения при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	Хорошо применяет навыки при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	В совершенстве применяет навыки при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности