


Документ подписан простой электронной подписью
Информационная система
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 11:33:29
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

дисциплина: Коммуникации в информационном пространстве
направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность: Диджитал маркетинг
форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8. 06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Диджитал маркетинг к результатам освоения дисциплины «Коммуникации в информационном пространстве».

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, доцент



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: сформировать у обучающихся основные знания о системе коммуникаций, формирующих единое информационное пространство современного общества; дать представления о методах использования коммуникативных технологий в успешной профессиональной деятельности в условиях рыночной конкуренции и глобализации.

Основными задачами изучения курса являются:

1. Формирование у обучающихся теоретической базы по использованию возможностей коммуникации в профессиональной деятельности;
2. Овладение понятийно-терминологическим аппаратом, характеризующим современные коммуникации;
3. Изучение современного состояния и основных направлений развития коммуникаций, их технологий в России и мире;
4. Приобретение коммуникативных навыков, позволяющих осуществлять профессиональную деятельность;
5. Формирование умений по использованию информационно-коммуникативных технологий в профильной работе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникации в информационном пространстве» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, элективным дисциплинам учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать: «Управление коммуникационными проектами»; «Основы теории коммуникации»; «Цифровые коммуникации».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- способов участия в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- гражданского законодательства Российской Федерации;
- основных принципов организации рекламной кампании;
- основы проектной деятельности;
- корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.

Умения:

- использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии;
- выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями;
- вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами).

Владение:

- навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющих разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ;
- поиском и отбором организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах;
- навыками организации представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях;
- навыками организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия.

Содержание дисциплины служит основой для освоения дисциплин: «Интернет-продвижение», «SMM и SMCS».

3. 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
ПКС-4 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>ПКС 4. 3.4.1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации;</p> <p>ПКС 4. 3.4.2. Знает основные принципы организации рекламной кампании;</p> <p>ПКС 4. 3.4.3. Знает основы проектной деятельности;</p> <p>ПКС 4. 3.4.4. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность;</p> <p>ПКС 4. У.4.1. умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями;</p> <p>ПКС 4. В.4.1. Владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ;</p> <p>ПКС 4. В.4.2. Владеет организацией проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>Знает:</p> <p>ПКС 4. 3.4.1. Гражданское законодательство Российской Федерации;</p> <p>ПКС 4. 3.4.2. основные принципы организации рекламной кампании;</p> <p>ПКС 4. 3.4.3. основы проектной деятельности;</p> <p>ПКС 4. 3.4.4. корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность;</p> <p>Умеет:</p> <p>ПКС 4. У.4.1. Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами).</p> <p>Владеет:</p> <p>(ПКС 4. В.4.1. навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ;</p> <p>ПКС 4. В.4.2. организацией ведения проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции в СМИ, включая благотворительные мероприятия.</p>

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	4/7	46	30	-	68+36	экзамен
заочная	5/9	14	12	-	145	экзамен

5. 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.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Основные понятие и теории коммуникации	11	7		13	31	ПКС 4.3.4.1. ПКС 4.3.4.2. ПКС 4.3.4.3. ПКС 4.3.4.4. У.4.1. ПКС 4.В.4.1. ПКС 4.В.4.2.	Вопросы для письменного / устного опроса
2	2	Типология и функции коммуникаций	11	7		14	32		Вопросы для письменного / устного опроса
3	3	Комуникативные модели	12	7		13	32		Вопросы для письменного / устного опроса
	4	Формирование единого информационного поля: закономерности и принципы	12	9		14	35		Вопросы для письменного / устного опроса Тест
7	Экзамен		-	-	-	36	36		Вопросы к экзамену
Итого:			46	30	-	68	180		

Таблица 5.1.1

заочная форма обучения (ЗФО)

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Основные понятие и теории коммуникации	2	3	-	29	34	Г КС 4.3.4.1. ПКС 4.3.4.2. ПКС 4.3.4.3. ПКС 4.3.4.4. ПКС 4.	Вопросы для письменного / устного опроса
2	2	Типология и функции коммуникации	4	3	-	29	36		Вопросы для письменного / устного опроса

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	3	Коммуникативные модели	4	3	-	29	36	У.4.1. ПКС 4. В.4.1. ПКС 4. В.4.2.	Вопросы для письменного / устного опроса
4	4	Формирование информационного пространства: закономерности и принципы	4	3	-	29	36		Вопросы для письменного / устного опроса Тест
5	Экзамен		-	-	-	9	9		Вопросы к экзамену
Итого:			14	12	-	145	180		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1 . Основные понятия и теории коммуникации

Понятие коммуникации информационного пространства. Категории и функции коммуникации. Коммуникации в современном обществе. Теории коммуникации Н. Лумана, Ю. Хабермаса. Единое инфопространство как результат глобализации современного общества. Коммуникация как линейный и асимметричный процесс. Классическая парадигма коммуникации (по Лассуэллу). Современный социокультурный, информационный и культурологический подходы к теории коммуникации.

Раздел 2. Типология и функции коммуникаций

Внешние и внутренние коммуникации. Массовые и локальные коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации. Активные и пассивные, случайные, запланированные коммуникации. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Функции коммуникации: управленческая, адаптационная, рекреационная, информационная, передачи опыта. Средства коммуникации, медиа и компьютерно-опосредованная коммуникация. Воздействие информационных и интернет-технологий на личность и общество.

Раздел 3. Коммуникативные модели

Коммуникация как процесс. Структурные компоненты коммуникации: адресант (коммуникант), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, реакция (эффект). Механистическая модель коммуникации (К. Шеннон и У. Вейнер). Психосемантическая модель коммуникации (У. Шрамм). Коммуникация и социальное взаимодействие с обратной связью. Механизмы и инструменты моделирования информационно-коммуникативного пространства.

Раздел 4. Формирование информационного пространства: закономерности и принципы

Производство информации, технологии распространения (инфоповоды, ньюсмейкинг, ньюсджекинг). Специфика формирования информационного пространства: методы и условия. Символьная и мифологическая коммуникация: компоненты и значения знаков. Особенности различных

коммуникативных систем. Хранение, преобразование и использование (фактчекинг) информации в коммуникационных системах. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации.

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. Основные понятия и теории коммуникации	11	2	-	1. Понятия, категории и функции коммуникаций
					2. Ретроспектива становления коммуникативных парадигм
					3. Теоретические подходы к анализу коммуникаций
					4. Средства коммуникации: роль в формировании инфопространства
					5. Коммуникация как процесс
2	2. Типология и функции коммуникации	11	4		6. Типология и классификация коммуникаций
					7. Характер коммуникаций: внешние, внутренние, массовые, локальные, вербальные, невербальные
					8. Методы производства и распространения информации
					9. Основные функции системы коммуникаций
3	3. Коммуникативные модели	12	4		10. Коммуникация как процесс
					11. Структурные компоненты коммуникативной модели
					12. Механистическая модель коммуникации
					13. Психосемантическая модель коммуникации
	4. Формирование информационного	12	4		14. Механизмы и инструменты моделирования информационно-коммуникативного пространства.
					15. Символьная и мифологическая коммуникация: компоненты и значения знаков
					16. Получение, хранение, преобразование, передача и использование информации в коммуникационных системах
					17. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации
Итого:		46	14	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практических занятий
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1. Основные понятия и теории коммуникации	7	3	-	1. Понятия, категории и функции коммуникаций
					2. Ретроспектива становления коммуникативных парадигм
					3. Теоретические подходы к анализу коммуникаций
					4. Средства коммуникации: роль в формировании инфопространства

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практических занятий
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
					5. Коммуникация как процесс
2	2. Типология и функции коммуникации	7	3		6. Типология и классификация коммуникаций
					7. Характер коммуникаций: внешние, внутренние, массовые, локальные, вербальные, невербальные
					8. Методы производства и распространения информации
					9. Основные функции системы коммуникаций
3	3. Коммуникативные модели	7	3	-	10. Коммуникация как процесс
					11. Структурные компоненты коммуникативной модели
					12. Механистическая модель коммуникации
	4. Формирование информационного пространства	9	3	-	13. Психосемантическая модель коммуникации
					14. Механизмы и инструменты моделирование информационно-коммуникативного пространства.
					15. Символьная и мифологическая коммуникация: компоненты и значения знаков
					16. Получение, хранение, преобразование, передача и использование информации в коммуникационных системах
	17. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации				
Итого:		30	12	X	

Лабораторные работы

лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа обучающихся

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	17	29	-	Основные понятия и теории коммуникации	Подготовка к практическим занятиям
2	2	17	29	-	Типология и функции коммуникации	Подготовка к практическим занятиям
3	3	17	29	-	Коммуникативные модели	Подготовка к практическим занятиям
4	4	17	29	-	Формирование Информационного пространства	Подготовка к Практическим занятиям
5	1-3	36	29	-	Экзамен	Подготовка к экзамену
Итого:		68+36	145	-	X	X

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

– визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);

- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов учебным планом не предусмотрены

7. Контрольные работы Контрольные работы/проекты учебным планом не предусмотрены

7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ

7.2. Тематика контрольных работ

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	Устный опрос по теме	10
1.2	Собеседование/письменный опрос по теме.	10
1.3	Письменный опрос: проверка домашнего задания.	10
ИТОГО за первую текущую аттестацию		30
2 текущая аттестация		
2.1	Устный опрос по теме	10
2.2	Собеседование /письменный опрос по теме.	10
2.3	Письменный опрос: проверка домашнего задания.	10
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		30
3 текущая аттестация		
3.1	Устный опрос по теме по теме	10
3.2	Собеседование по /письменный опрос по теме.	10
3.3	Письменный опрос: проверка домашнего задания.	10
3.4.	Тестирование	10
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	Устный опрос по теме по теме	30
2	Собеседование /письменный опрос по теме.	30
3	Письменный опрос: проверка домашнего задания.	30
4	Итоговый тест	10
ВСЕГО		100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные 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 ВО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Проспект»;
- ЭБС «Консультант студент»,

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. 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 выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений бакалавриата, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 24с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Коммуникации в информационном пространстве

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-4	Знать гражданское законодательство РФ, принципы организации рекламной кампании; основы проектной деятельности; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность; правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренней трудовой распорядок (3.3.1, (3.4.2), (3.4.3), (3.4.4), (3.4.5).	Не знает гражданское законодательство РФ, принципы организации рекламной кампании; основы проектной деятельности; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность; правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренней трудовой распорядок	Удовлетворительно знает гражданское законодательство РФ, принципы организации рекламной кампании; основы проектной деятельности; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность; правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренней трудовой распорядок	Хорошо знает гражданское законодательство РФ, принципы организации рекламной кампании; основы проектной деятельности; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность; правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренней трудовой распорядок	В совершенстве знает гражданское законодательство РФ, принципы организации рекламной кампании; основы проектной деятельности; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность; правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренней трудовой распорядок

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии ; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; вести деловые переговоры, устанавливать деловые связи (У.4.1.), (У.4.2.), (У.4.3.)</p>	<p>Не умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии ; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; вести деловые переговоры, устанавливать деловые связи</p>	<p>Удовлетворительно умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии ; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; вести деловые переговоры, устанавливать деловые связи</p>	<p>Хорошо умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии ; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; вести деловые переговоры, устанавливать деловые связи</p>	<p>В совершенстве умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии ; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; вести деловые переговоры, устанавливать деловые связи</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>Владеть навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; поиском и отбором организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; организации представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях; организацией проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (В.4.1), (В.4.2), (В.4.3), (В.4.4)</p>	<p>Не владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; поиском и отбором организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; организации представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях; организацией проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>Удовлетворительно владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; поиском и отбором организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; организации представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях; организацией проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>Хорошо владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; поиском и отбором организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; организации представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях; организацией проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>В совершенстве владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; поиском и отбором организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; организации представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях; организацией проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	Владеть навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках. (B.4.1);(B.4.2).	Не владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках.	Удовлетворительно владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках.	Хорошо владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках.	В совершенстве владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках.

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Коммуникации в информационном пространстве

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратур: Учебник и практикум / О. Н. Жильцова. - Электрон. дан.col. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 233 с.	ЭР	25	100	+
2	Головлева, Е. Л. Теория и практика современной коммуникации: учебник для вузов / Головлева Е. Л. - Москва: Московский гуманитарный университет, 2017. - 192 с. -	ЭР	25	100	+
3	Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. - 2-е изд., испр, и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 231 с	ЭР	25	100	+
4.	Венедиктова, Т. Д. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова, М. Б. Бергелсон, А. Л. Борисенко, Т. Б. Дианова [и др.] ; ред. Д. Б. Гудков. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 193 с.	ЭР	25	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК


Д.Х. Каюкова