

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИННОВАЦИЙ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина



Социальная реклама

аннотация дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Международной журналистики
Учебный план	b420302_23_3 жур.plx Направление 42.03.02 - РФ, 530600-КР Журналистика
Квалификация	Профиль "Международная журналистика"
Форма обучения	очная

Программу составил(и): к.и.н., доцент, Зайнулин Рашид Шамильевич

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
Неделя	14			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период экзаменационной сессии	0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе инт.	13	13	13	13
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,3	48,3	48,3	48,3
Сам. работа	69	60	69	60
Часы на контроль	26,7	35,7	26,7	35,7
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения дисциплины - оснастить студентов знаниями в области социальной рекламы
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Философия
2.1.2	Основы критического мышления
2.1.3	Техника и технология СМИ
2.1.4	Основы теории массовых коммуникаций
2.1.5	Основы теории журналистики
2.1.6	История рекламы
2.1.7	Психология массовых коммуникаций (часть 1)
2.1.8	Психология массовых коммуникаций (часть 2)
2.1.9	Интегрированные коммуникации (часть 1)
2.1.10	Интегрированные коммуникации (часть 2)
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Современные зарубежные СМИ
2.2.2	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Знать:

знать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Уметь:

Уметь понимать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Владеть:

Владеть способностью освещать в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах с учётом тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего развития

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
	знать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
3.2	Уметь:
	Уметь понимать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
3.3	Владеть:
	Владеть способностью освещать в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах с учётом тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего развития