

Аннотация рабочей программы дисциплины «Имиджмейкинг в профессиональной деятельности» для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с общественностью в государственных и коммерческих структурах

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

выработать навык анализа актуальных тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать у обучающихся представления об имиджмейкинге и имидже систем региона, страны, мира;
- сформировать представление о методике формирования имиджа, исходя из политических и экономических механизмов его функционирования, правовых и этических норм регулирования .

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Медиакоммуникационная система	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД-1ОПК-5 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ИД-2ОПК-5 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.
Эффекты	ОПК-7 Способен оценивать	ИД-1ОПК-7 Знает закономерности формирования эффектов и

	<p>прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. ИД-2ОПК-7 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности.</p>
--	---	---

3. Содержание дисциплины

Имидж. Имиджмейкинг. . Технологии имиджмейкинга.. Имидж страны.. Имидж региона. . Политический имидж. . Имидж-тренинг. Курсовая работа .