

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.05.2023 19:45:52
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Приложение №6
к «Структуре, требованиям и порядку разработки ОП ВО»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
(Шаблон РПД и требования к её формированию)

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса
Лумумбы»**

Филологический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы теории коммуникаций

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью / бакалавриат

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации вариативной
профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

Реклама и связи с общественностью

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Основы теории коммуникаций» являются: ознакомление с теорией коммуникации как структурой, процессом и видом деятельности с учетом системы факторов, действующих в реальном социальном пространстве и влияющих на характер коммуникации; ознакомление с проблемами, с которыми сталкивается выпускник в практике работы связанной с различными видами коммуникационной деятельности (журналистика, деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью). изучить основные направления теории коммуникацией, основные модели, термины, категоричный аппарат.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Основы теории коммуникаций» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели
		УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого
		УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
		ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Основы теории коммуникаций» относится к обязательной части блока Б1. ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Основы теории коммуникаций»

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	-	Основы менеджмента Социология массовых коммуникаций Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Социология рекламы PR в органах государственной власти Психология управления
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	-	Философия Политология Технологии производства в рекламе и связях с общественностью Имагология Производственные процессы в СМИ Политический PR Политическая реклама Технологии производства развлекательных программ на ТВ Government relations Лингвистические аспекты информационного права

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы теории коммуникаций» составляет 3 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	34		34		
Лекции (ЛК)	17		17	-	-
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17		
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	57		57		
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	17		17		
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108		
	зач.ед.	3	3		

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	108		108		
Лекции (ЛК)	17		17	-	-
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17		
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	57		57		
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	17		17		
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	108		
	3	3	3		

* - заполняется в случае реализации программы в очно-заочной форме

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.					
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.					
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.				
	зач.ед.				

* - заполняется в случае реализации программы в заочной форме

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. История профессии	<ul style="list-style-type: none"> Тема 1.1. Объективные причины возникновения профессии. Вопросы генезиса. Коммуникации Древнего мира. 	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p><i>Агитация. Протоформы рекламы. Представления и зрелища. Риторика и этос. Вклад в теорию и практику управления коммуникациями выдающихся мыслителей Древней Греции и Рима: Сократа, Платона, Аристотеля, Цицерона. Софисты и их значение для теории коммуникаций. Роль ораторского искусства в Греции и Риме.</i></p>	
	<ul style="list-style-type: none"> • Тема 1.2. Вопросы генезиса Коммуникации Средневековья <i>Особенности коммуникативных процессов средневековой цивилизации. Технологии формирования позитивного имиджа средневековой элиты. Особенности символической коммуникации. Вербальные и невербальные формы</i> 	ЛК, СЗ
	<ul style="list-style-type: none"> • Тема 1.3. Генезис связей с общественностью. Коммуникации в Западной Европе в 17 -19 вв. <i>Вклад в общественные коммуникации и формирование современной концепции ПР просветителей 17- 18 вв.. Формирование нового коммуникационного пространства в Западной Европе. Развитие средств письменной коммуникации. Использование периодических и внутрикорпоративных изданий для формирования общественного мнения. Особенности политической коммуникации Франции времен Великой французской революции.</i> 	ЛК, СЗ
	<ul style="list-style-type: none"> • Тема 1.4. Институционализация деятельности в сфере связей с общественностью в США конца 18-19 в.в. <i>Основное содержание периодов и моделей ПР - деятельности. Влияние политических событий американской борьбы за независимость на формирование приемов и методов связей с общественностью. Политические и социальные коммуникации в период "войн и революций". Появление пресс-агентств и "этап публицити" Роль связей с общественностью в бизнесе и политике. Пресс-секретарь А. Кэнделл - пионер ПР.</i> 	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<ul style="list-style-type: none"> Тема 1.5. 20 век: кристаллизация PR как нового вида профессиональной деятельности <i>Этап подготовки почвы 1900-1920гг. Эпоха "разгребателей грязи". Первые паблисити-бюро. Великие первопроходцы: Э.Бернейз, А.Ледбеттер Ли, А.Пейдж и их вклад в теорию и практику PR. Первая и вторая мировая война, и развитие PR-технологий. 50-е годы -расцвет PR в США. 70-е годы - дискуссия между PR-ми и маркетологами.</i> 	ЛК, СЗ
	<ul style="list-style-type: none"> Тема 1.6. Становление и развитие связей с общественностью в Европе. <i>Основные этапы в развития PR в Европе. История становления PR в Англии. Институирование PR в Англии. Выдающиеся PR-специалисты Англии Создание европейской модели PR Л.Матра. Отличие европейской теории PR от американской. Французский "стеклянный дом" и эволюция французских концепций связей с общественностью. Стратегия доверия Ф.А.Буари. Ведущая европейская школа PR в Германии. Особенности PR в Германии. Этапы развития PR как профессии.</i> 	ЛК, СЗ
	<ul style="list-style-type: none"> Тема 1.7. Связи с общественностью в Новой России <i>Этапы развития PR в России новейшего времени. Периодизации развития \российского PR. Учреждение РАСО, других профессиональных ассоциаций (АКАР, АКОС, РАМУ, САМИ. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью. Коммуникативные тенденции новейшего времени</i> 	ЛК, СЗ
Раздел 2. Основы профессиональной подготовки	<ul style="list-style-type: none"> Тема 2.1. Что такое PR. <i>Матрица коммуникационных практик. Манипулятивность и взаимодействие. Доверие как основа отношений. Создание доверия. Цели, задачи, общественные функции PR. PR как управленческая функция в организации. Схема PR-проекта. Современные требования к профессионалу в PR Ключевые тенденции в современных коммуникациях. Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью. Основные компетенции специалиста по связям с</i> 	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p><i>общественность. Soft u hard skills для PR: их соотношение, перечень.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Тема 2.2. Коммуникационные практики и каналы коммуникации <i>Принципы коммуникации Основные схемы коммуникации. Ключевые фигуры в теории и практике коммуникации. Каналы коммуникации. Традиционные и новые каналы коммуникации. Современная динамика использования разных каналов коммуникации. Временной ресурс коммуникации. Интернет. Социальные сети. Персонализация каналов. Монолог.</i> • Тема 2.3. Презентация. <i>Составляющие успешной презентации на примере презентации проекта. Определение целей презентации. Ключевые тезисы. Сопоставление описания целей и результатов. Аналитическое обеспечение презентации. Поиск убедительных цифр. Подбор иллюстративного материала. Эстетика презентации.</i> • Тема 2.4. Специальные мероприятия. <i>История и определение. Виды событийных коммуникаций. Задачи и классификации special events. Планирование и подготовка.</i> 	<p></p> <p>ЛК, СЗ</p> <p>ЛК, СЗ</p> <p>ЛК, СЗ</p>
		ЛК, СЗ
Раздел 3. Реклама и маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> • Тема 3.1. Интегрированные коммуникации. <i>Ценности компании, структура рынка и основные игроки, стейкхолдеры и эксперты, представленность компании в медиа. Открытые инструменты аналитики. Сегментирование целевых аудиторий. Стратегия и тактика коммуникаций Стратегия и тактика. Их соотношение. Методология создания коммуникационной стратегии. Marketing mix и место в нем PR. SWOT анализ.</i> • Тема 3.2. Деловая этика. <i>Понятие этики. Общечеловеческая и профессиональная этики. 10 принципов Хосмера. Декларация Ко. Деловой и неофициальный этикет.</i> 	<p>ЛК, СЗ</p> <p>ЛК, СЗ</p>

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<ul style="list-style-type: none"> Тема 3.3. Аналитика в PR Регулярные задачи аналитики. <i>Типы вопросов. Открытые источники и как ими пользоваться. Аналитика по открытым источникам: информация о компании,</i> 	ЛК, СЗ
	<ul style="list-style-type: none"> Тема 3.4. Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций <i>Аналитика в PR Регулярные задачи аналитики. Типы вопросов. Открытые источники и как ими пользоваться. Аналитика по открытым источникам: информация о компании, ценности компании, структура рынка и основные игроки, стейкхолдеры и эксперты, представленность компании в медиа. Открытые инструменты аналитики. Стратегия и тактика коммуникаций Стратегия и тактика. Их соотношение. Методология создания коммуникационной стратегии. Примеры создания коммуникационных стратегий и выбора тактических инструментов. Повестка. Типы повесток. Определение, анализ повестки. Вписывание в повестку. Создание повестки</i> 	ЛК, СЗ
	<ul style="list-style-type: none"> Тема 3.5. Реклама как маркетинговая коммуникация. <i>Цели и задачи модуля «Введение в специальность. Реклама». Структура курса. Программа курса. Организация работы. Оценка работы студента в модуле и за весь курс: ключевые принципы и порядок. Социальное управление. Управление как властное воздействие и как влияние. Понятие «мягкая сила». Реклама как вариант «мягкого» социального управления. Реклама, связи с общественностью, агитация, пропаганда. Коммерческая и некоммерческая реклама. Политическая и социальная реклама. Маркетинг и реклама. Общее представление о маркетинге. Составляющие маркетинга. Роль и место маркетинговых коммуникаций. Виды маркетинговых коммуникаций. Реклама как маркетинговая коммуникация.</i> 	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная 730 ауд.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской маркерной; техническими средствами: Комплект специализированной мебели, технические средства: аудиосистема, моноблок Lenovo V510z, проектор Epson EB-955W, экран моторизованный Лицензионный пакет Microsoft (Windows, Office) ключи EES (Shool 3) id:86626883 от 2016 года (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams, Skype)	Не требуется
Лаборатория	Аудитория для проведения лабораторных работ, индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и оборудованием.	Не требуется
Семинарская	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской маркерной; техническими средствами: Комплект специализированной мебели, технические средства: аудиосистема, моноблок Lenovo V510z, проектор Epson EB-955W, экран моторизованный Лицензионный пакет Microsoft (Windows, Office) ключи EES (Shool 3) id:86626883 от 2016 года (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams, Skype)	Не требуется
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Не требуется
Для самостоятельной работы обучающихся Ауд. 520	Компьютерный класс для проведения практико-лабораторных занятий с применением программно-аппаратных средств и устройств для проведения тестового контроля, а также для самостоятельной работы обучающихся,	Не требуется

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	оснащенная комплектом специализированной мебели; техническими средствами: комплект мебели, моноблок Lenovo C560 - 20 шт., проектор Epson EB-955W, экран моторизованный Лицензионный пакет Microsoft (Windows, Office) ключи EES (Shool 3) id:86626883 от 2016 года Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams, Skype)	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018 — 231 с. — (Серия : Бакалавр.Академический курс). ISBN 978-5-534-06317-2
2. Гнатюк, О.П. Основы теории коммуникации : учебное пособие / О.П. Гнатюк. — 2-е издание, стер. — Москва : КНОРУС, 2017 — 256 с. — (Бакалавриат). ISBN 978-5-406-05847-3

Дополнительная литература:

1. Бурдые П. О телевидении и журналистике. /Пьер Бурдые. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; Отв. ред., предисл. Н. Шматко. — Москва : Фонд научных исследований "Прагматика культуры", Институт экспериментальной социологии, 2002. — 160 с. ISBN 5-7333-0041-8
2. Кастельс, Мануэль. Галактика Интернет : размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Мануэль Кастельс; [Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой]. - Екатеринбург : У-Фактория : Изд-во Гуманитарного университета, 2004 (Екатеринбург : ГИПП Уральский рабочий). - 327 с. : диагр.; 22 см. - (Академический бестселлер).; ISBN 5-94799-373-2 (в пер.)
3. Кастельс, Мануэль. Информационная эпоха [Текст] : Экономика, общество и культура / Мануэль Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана; Москва : Государственный университет Высшая школа экономики, —2000. - 606, [1] с. : ил., табл.; 22 см.; ISBN 5-7598-0069-8
4. Липпман, Уолтер. Общественное мнение;; Пер. с англ. Т.В. Барчуновой ; Фонд "Общественное мнение". – Москва : Институт Фонда "Обществ. мнение", 2004 (ППП Тип. Наука). - 382 с.; 22 см.; ISBN 5-93947-016-5 (в пер.)
5. Реальность массмедиа / Николас Луман ; [пер. с нем. А. Ю. Антоновского]. -

- Москва : Праксис, 2005 (ОАО Типография Новости). - 253, [1] с.; 20 см.;
6. То же: Электронная версия – Режим доступа: ISBN 5-901574-46-X-
<http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3001> -
 7. <http://gtmarket.ru/> - центр гуманитарных технологий
 8. Маклюэн, Маршалл Галактика Гутенберга : становление человека печатающего / Маршалл, Маклюэн; перевод И. О. Тюриной. - Москва : Академический Проект ; Фонд "Мир", 2005. - 495 с.; 21 см. - (Концепции).; ISBN 5-8291-0548-9 (Акад. Проект)
 9. Маклюэн, Маршалл. Понимание Медиа: внешние расширения человека / Маршалл Маклюэн ; перевод с английского В. Г. Николаева. - 2-е изд. - Москва : Гиперборей : Кучково поле, 2007. - 462, [2] с.; 21 см. - (Теоретическая социология / ЦФС. Logica socialis).; ISBN 978-5-901679-58-6 (В пер.)
 10. Маркузе, Герберт. Одномерный человек. [Пер. с англ. А. А. Юдина]. - Москва : АСТ : Ермак, 2003. - 331, [2] с.; 17 см. - (Философия. Психология : ФП).; ISBN 5-17-008282-7
 11. Ноэль-Нойман, Элизабет. Общественное мнение : Открытие спирали молчания : [Перевод с немецкого] / Э. Ноэль-Нойман; [Вступительная статья Н. Мансурова, с. 5-25]. - М. : Прогресс : Весь мир, 1996. - 351 с.; 20 см.; ISBN 5-85864-035-4
 12. Рашкофф, Дуглас. Медиа Вирус! = Media virus! : Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Дуглас Рашкофф; [Перевод с английского Д. Борисов]. - Москва : Ультра-культура, 2003. - 363,[4] с. : ил.; 22 см.; ISBN 5-98042-012-6 : 5000
 13. Уэбстер, Фрэнк. Теории информационного общества / Фрэнк Уэбстер; Перевод с английского М. В. Арапова и Н. В. Малыхиной; Под редакцией Е. Л. Варгановой. - Москва : Аспект Пресс, 2004. - 398, [1] с.; 22 см.; ISBN 5-7567-0342-x
 14. Пер.: Webster, Frank Theories of the information society London ; New York : Routledge, [cop. 2002] 0-415-28201-2
 15. Фестингер, Леон (1919-1989). Теория когнитивного диссонанса = A theory of cognitive dissonance / Леон Фестингер; [Пер. А. Анистратенко, И. Знаешева]. – Санкт-Петербург. : Ювента, 1999. - 317 с. : ил.; 21 см. - (Мастерская психологии и психотерапии).; ISBN 5-87399-129-4
 16. Харрис Р. «Психология массовых коммуникаций». Санкт-Петербург: Прайм-Еврознак, 2003. - 2003. — 448 с. ISBN 5-93878-033-0

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Введение в специальность» - в формате .pdf

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Введение в специальность» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Педагог ДПО Дирекции ДПО филфака	Подпись	Спирidonов В.В.
-------------------------------------	---------	-----------------

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

**Кафедра массовых
коммуникаций**

Барабаш В.В.

Наименование БУП	Подпись	Фамилия И.О.
------------------	---------	--------------

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Кафедра массовых
коммуникаций**

Барабаш В.В.

Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.
----------------	---------	--------------