

**А.БАЙТҰРСЫНОВ АТЫНДАҒЫ ҚОСТАНАЙ Өңірлік университеті
КОСТАНАЙСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ А.БАЙТҰРСЫНОВА**



**ҚОСЫМША БІЛІМ БЕРУ
БАҒДАРЛАМАЛАРЫНЫҢ КАТАЛОГЫ
(MINOR)**

**КАТАЛОГ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ
(MINOR)**

**ADDITIONAL
EDUCATIONAL PROGRAM
(MINOR)**

Қостанай, 2021

А.Байтұрсынов атындағы ҚӨУ-дың оқу-әдістемелік кеңес отырысында бекітілді, 24.02.2021 ж. № 2 хаттама

Утвержден на заседании учебно-методического совета КРУ имени А.Байтұрсынова, протокол от 24.02.2021 г. № 2

Published by decision educational and methodical council of the Kostanay regional university named after A. Baitursynov (Protocol №2 from 24.02.2021)

Каталог дополнительных образовательных программ (Minor).

Дополнительная образовательная программа Minor (Минор) – совокупность дисциплин и (или) модулей и других видов учебной работы, определенная обучающимся для изучения с целью формирования дополнительных компетенций (Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения Приказ МОН РК от 12.10.2018 г. №563).

Обучающийся при определении индивидуальной траектории обучения в рамках вузовского компонента и компонента по выбору выбирает:

- 1) дисциплины по основной образовательной программе;
- 2) дисциплины по дополнительной образовательной программе. (Правила организации учебного процесса по КТО Приказ МОН РК от 12.10.2018 г. №563 п.31).

Порядок выбора и освоения дисциплин по дополнительной образовательной программе осуществляется для получения дополнительных компетенций по смежным или профильным ОП, а также для удовлетворения личных потребностей обучающегося (Правила организации учебного процесса по КТО Приказ МОН РК от 12.10.2018 г. №563 п.32).

Объем дисциплин, выбираемых по дополнительной образовательной программе, устанавливается ВУЗом самостоятельно. При этом, дисциплины дополнительной ОП изучаются обучающимися в рамках дисциплин ВК и КВ и их объем входит в общий объем академических кредитов, необходимых для присвоения соответствующей степени или квалификации по основной ОП (Правила организации учебного процесса по КТО Приказ МОН РК от 12.10.2018 г. №563 п.34).

В отличие от **Major** (образовательная программа, определенная обучающимся для изучения с целью формирования ключевых компетенций), **Minor** – это блок из трех или четырех взаимосвязанных дисциплин непрофильного для студента направления подготовки. **Minor** предлагаются для выбора всем студентам в конце первого курса бакалавриата. Каждый обучающийся обязан выбрать для изучения один **Minor**. Изучается **Minor** на втором и третьем курсе бакалавриата.

Отличительные особенности Minor:

- изучается на втором и третьем курсе бакалавриата;
- состоит из трех или четырех дисциплин, изучаемых последовательно;
- трудоемкость 20 кредитов (трудоемкость каждой дисциплины – 5 кредитов);
- трудоемкость входит в основную часть образовательной программы (кредиты за дисциплины **Minor** входят в 240 кредитов основной программы);
- выбирается студентом каждой образовательной программы самостоятельно из общего каталога;
- дисциплины **Minor** проводятся одновременно: в расписании им отводится конкретный день занятий

МЕДИАТВОРЧЕСТВО КОНКУРЕНТНОГО ОБЩЕСТВА

Мустафина Балажан Сергеевна, м.с.н., ст.преподаватель кафедры ЖИКМ
Жусупова Алматай Мергенбаевна, к.ф.н., профессор кафедры ЖИКМ

Цель: приобретение навыков создания профессионального контента (аудио, видео, текст) в различных типах СМИ и новых медиа; грамотного потребления и понимания информации из традиционных и новых медиа; анализа различных форм современного медиатекста, распознавания фейковых и достоверных новостей.

Базовые компетенции, которые предстоит сформировать:

- Создавать рекламный продукт (аудио, видео, текст).
- Осуществлять руководство рекламными кампаниями.
- Писать тексты для всех видов СМИ.
- Анализировать получаемую из СМИ информацию.
- Выделять из информационного потока достоверные новости.
- Создавать интересный контент в сфере своей профессиональной деятельности.
- Использовать социальные сети для своего успешного продвижения.

Результаты обучения:

При успешном завершении модуля студент будет:

- профессионально создавать рекламный аудио, видеоконтент;
- разрабатывать масштабные рекламные кампании;
- понимать и использовать в практической медиа-деятельности основные принципы и методы создания медиатекста;
- обладать высоким уровнем культуры речи;
- применять на практике технологию создания эффективного медиатекста;
- знать основные инструменты продвижения аккаунтов и страниц в социальных сетях;
- разрабатывать контент-план, использовать различные приложения для обеспечения качественного визуального и текстового контента;
- искать, анализировать и обрабатывать сообщения СМИ;
- формировать открытость взглядов, критическое восприятие сообщений СМИ.

Дисциплины Minor :

- Реклама в СМИ
- Современный медиатекст
- Медиаграмотность
- SMM менеджмент

Трудоемкость : 20 кредитов.

Пререквезиты : нет

Минимальное количество слушателей : 10

Максимальное количество слушателей : 50

Дисциплина 1. Реклама в СМИ

5 кредитов

В современном конкурентном обществе важно быть на шаг впереди конкурентов, как в коммерческой, так и в политической сферах жизни. Во многом этому способствует профессионально выстроенная рекламная кампания. Для этого необходимо иметь представление как о видах рекламы, так и о ее формах и жанрах, уметь разрабатывать эффективные аудио, видео ряд для рекламной продукции, писать качественный продающий текст.

На занятиях вы узнаете об особенностях рекламной лексики, о языковых играх в рекламных текстах, о роли фотографии в современной рекламе, о принципах оценки эффективности рекламного продукта.

Мы изучим передовой опыт рекламной индустрии, узнаем много о шокирующей и эпатажирующей рекламе, как инструменте влияния на сознание людей, разработаем и воплотим в жизнь социальные рекламные проекты.

Дисциплина 2. Современный медиатекст

5 кредитов

Дисциплина позволит углубить знания в области создания и анализа текстов массовой коммуникации, сформирует системное представление о медиатексте. Важно, что при изучении дисциплины мы не будем ограничивать медиатекст только журналистскими произведениями. Обосновано это тем, что современные тенденции указывают нам на то, что идет активная интеграция всех видов текстов, особенно на стыке журналистики, рекламы и PR.

Таким образом, дисциплина носит междисциплинарный характер, так как мы будем принимать концепцию медиатекста как единства трех основных сфер медиапрактики. В тоже время мы будем активно разбираться, в чем специфика медиатекста в печатных, радио- и телевизионных и Интернет СМИ.

Дисциплина 2. SMM менеджмент

5 кредитов

По итогам освоения курса студенты научатся разрабатывать SMM-стратегию, использовать инфоповоды и генерировать идеи для вирусного контента, изучат особенности формирования коммуникационной стратегии в social media, вопросы ведения и продвижения аккаунтов в социальных сетях. Научатся определять цели и задачи стратегии, выбирать инструменты продвижения и формировать бюджет, необходимый для работ по стратегии, настраивать рекламу в соцсетях и работать с лидерами мнений и блогерами, использовать рассылки и чат-боты, составлять медиаплан, приводить трафик на свой проект и экспериментировать со способами продвижения. Узнают, как писать качественные тексты и где брать идеи для постов, овладеют знаниями по составлению контент-плана, научатся профессионально проводить обработку фото и видео в популярных мобильных приложениях. Занятия будут сопровождаться вебинарами от ведущих SMM-специалистов, практическими примерами, играми для лучшего усвоения материала, разборами кейсов, видеолекциями.

Дисциплина 4. Медиаграмотность

5 кредитов

В современном потоке медийного контента мы не всегда правильно понимаем и трактуем сообщения СМИ, особенно те, что поступают к нам посредством Интернет СМИ и социальных сетей. Знание принципов медиапотребления и анализа смысла медиасообщений позволяет нам быть более вдумчивыми и взвешенными при создании и передаче собственных текстов, которыми мы делимся в социальных сетях.

Современный человек, жизненная цель которого связана с тем, чтобы построить хорошую профессиональную карьеру, быть в курсе мировых и региональных событий, стремится приобрести навыки критического анализа, оценивания и создания сообщения в разных видах

медиа, жанрах и формах. Как правило, к цифровым технологиям он относится как к информационным ресурсам, чей контент надо уметь фильтровать, критически оценивать и находить альтернативные источники, чтобы определять достоверность сообщения.

И если вы не хотите попасть в ловушку манипулятивных технологий, информационных войн, обладать навыками создания новых текстов, то медийная и информационная грамотность это то, что нужно специалистам с высшим университетским образованием. Для современного человека это также важная часть построения успешной деловой карьеры.