

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.01 «ИСТОРИЯ»

Кафедра отечественной истории

1. Цель и задачи дисциплины

Изучение дисциплины Б1.Б.01 «История» имеет целью создание целостного представления об истории России с древнейших времен до наших дней, о важнейших закономерностях исторического процесса, о месте и высокой значимости отечественной культуры в мировом наследии.

Задачи изучения данной дисциплины:

- способствовать формированию фундаментальных теоретических знаний об основных этапах и содержании истории России с древнейших времен до наших дней;
- создать полноценное представление об основных сферах отечественной культуры, её творцах, уровне, историческом и вневременном своеобразии;
- дать представление о важнейших процессах и закономерностях общественно-политического, социально-экономического и духовного развития;
- дать представление об основных источниках, методах изучения и функциях истории, роли истории в системе общественно-гуманитарных наук,
- развивать умение самостоятельной работы с источниками и специальной литературой, анализа исторических фактов и событий, культуры ведения полемики и дискуссий по историческим вопросам, видения исторической перспективы российского общества;
- воспитать уважение к истории, культуре и традициям Отечества.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина Б1.Б.01 «История» является частью базового цикла по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В соответствии с требованиями ФГОС ВО (утв. приказом Минобрнауки России № 997 от 11.08.2016) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные этапы и содержание истории России с древнейших времен до наших дней;
- об основных сферах отечественной культуры, её творцах, уровне, историческом и вневременном своеобразии;
- о важнейших процессах и закономерностях общественно-политического, социально-экономического и духовного развития.

Уметь:

- самостоятельно работать с источниками и специальной литературой, анализировать исторические факты и события.

Владеть:

- историческими понятиями и терминами;
- навыками поиска и анализа исторической литературы;
- приемами ведения дискуссии и полемики.

4. Общий объём дисциплины: 5 з. е. (180 час.)

5. Дополнительная информация

Изучение дисциплины «История» предусматривает использование и традиционных лекционно-аудиторных, и современных технологий обучения: интерактивное занятие с элементами анализа документов, семинары в инновационных формах («рефлексия», «чистая доска»).

Значительная часть лекций и семинарских занятий обеспечена подготовленными мультимедийными презентациями, имеются учебные фильмы.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: контрольные работы, зачет в устной форме и экзамен в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.02 «ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ ПСКОВСКОГО КРАЯ»**

Кафедра отечественной истории

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование сложной, многоуровневой модели поведения студента, включающей в себя учебно-организационные, учебно-интеллектуальные и учебно-коммуникационные умения и навыки.

Задачи дисциплины:

- создание комплексного представления о историко-культурном наследии Псковской земли.
- формирование умений и навыков в области поиска и обработки необходимой для учебной и научно-исследовательской деятельности информации.
- приобретение опыта качественного выполнения заданий практикуемых в высшем учебном заведении.
- овладение методами научного анализа и научно-исследовательской работы.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.02.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные факты, процессы и явления, характеризующие целостность региональной и отечественной истории;
- основные понятия, изученные в рамках дисциплины;
- особенности и специфические черты историко-культурного наследия Псковской земли.

Уметь:

- проводить поиск исторической информации в источниках разного типа;
- подготовить устное выступление с изложением результатов учебной или научно-исследовательской деятельности;
- организовать маршрут и провести обзорную экскурсию по городу с кратким рассказом об основных памятниках историко-культурного наследия Псковщины.

Владеть:

- специальным терминологическим аппаратом по изучаемому предмету;
- способами получения и обработки эмпирического материала;

– навыками выполнения научно-исследовательской работы.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Предусмотрено выполнение контрольной работы, подготовка докладов, презентаций, проведение тестирования.

6. Виды и формы промежуточного контроля: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.03 «ФИЛОСОФИЯ»

Кафедра философии

1. Цель и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование представлений о своеобразии философии как способа познания и духовного освоения мира, философских проблемах и методах их решения, подведение мировоззренческого и методологического фундамента под общекультурное и духовно-ценностное становление будущего специалиста как компетентного профессионала, личности и гражданина.

Задачи дисциплины:

- дать знания студентам об основах философии;
- научить студентов применять основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- сформировать у студентов навыки использовать мировоззренческую позицию в будущей профессиональной деятельности;
- научить студентов умениям использовать мировоззренческую позицию в самоорганизации и самообразовании.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.03.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные положения и методы философии;
- приемы и способы философского познания;
- основные тенденции и закономерности развития общества;
- приемы и научные способы самоорганизации и самообразования.

Уметь:

- использовать приемы и способы познания
- использовать мировоззренческую позицию для решения проблем познавательного, социального и мировоззренческого характера;
- использовать мировоззренческую позицию для решения задач будущей профессиональной деятельности;
- использовать научное мировоззрение для самоорганизации и самообразования.

Владеть:

- способностью использовать основы философских знаний для формировании мировоззренческой позиции;
- способностью к самоорганизации и самообразованию.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, дискуссии, написание творческих эссе, рефератов, анализ философских текстов, консультации, самостоятельную работу студентов.

6. Виды и формы промежуточного контроля: экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.04 «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

Кафедра иностранных языков для нелингвистических направлений

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов языковой, социо-лингвистической, социо-культурной и коммуникативной компетенций в условиях модульной системы обучения иностранному языку для дальнейшего его применения в повседневной, профессиональной и научной деятельности, а также для дальнейшего самообразования.

Задачи дисциплины:

- формирование языковых и речевых навыков, позволяющих использовать иностранный язык для получения профессионально значимой информации;
- формирование умения логически правильно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке;
- формирование умения использовать современные технические средства и информационные технологии;
- сформировать представление об основах межкультурной коммуникации, воспитать толерантность и уважение к духовным ценностям разных стран и народов;
- развить когнитивные и исследовательские умения, расширить кругозор и повысить информационную культуру;
- повысить способность к самообразованию, развить умения работать с мультимедийными программами, с электронными словарями, иноязычными ресурсами сети Интернет;
- расширить словарный запас и сформировать терминологический аппарат на иностранном языке в пределах профессиональной сферы.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.04.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- произносительные нормы языка;
- лексику иностранного языка в деловом, общепотребительном плане;
- грамматические нормы;
- типовые способы построения высказываний в устной и письменной речи;
- терминологию сферы связей с общественностью;
- терминологию сферы рекламы.

Уметь:

- выполнять письменный и устный перевод текстов профессионального, страноведческого характера с английского языка на русский и с русского языка на английский;
- отвечать на заданные вопросы в устной и письменной форме;
- применять теоретические знания грамматических явлений при выполнении самостоятельных контрольных работ.

Владеть:

- навыками чтения, аудирования, коммуникации, письма в профессиональной области
- иностранным языком как средством общения;
- терминологией, необходимым лексическим минимумом по специальности;
- формами профессиональной речи.

4. Общий объем дисциплины: 8 з. е. (288 часов).

5. Дополнительная информация:

Предусмотрено выполнение контрольных работ, индивидуального задания, проведение тестирования.

6. Виды и формы промежуточного контроля: зачет в устной форме, экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.05 «БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Кафедра фундаментальной медицины и биохимии

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в бытовой, профессиональной деятельности и чрезвычайных ситуациях приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Задачи дисциплины:

- приобретение понимания проблем обеспечения безопасности жизнедеятельности и снижения рисков, связанных с деятельностью человека;
- овладение приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижение антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества;
- формирование готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных экологических последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.05

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные опасности различных сфер жизнедеятельности человека;
- права и обязанности граждан в ЧС.

Уметь:

- пользоваться основными средствами индивидуальной защиты;
- оказать первую доврачебную помощь для немедленного устранения нарушений, угрожающих жизни.

Владеть:

- элементарными навыками поведения в опасных и чрезвычайных ситуациях;
- методами оказания первой доврачебной помощи для немедленного устранения нарушений, угрожающих жизни.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, консультации, самостоятельную работу студентов.

6. Виды и формы промежуточного контроля: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.06 «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»**

Кафедра физической культуры

1. Цель и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование физической культуры личности и способности направленного использования различных средств и методов физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной роли физической культуры в развитии личности и подготовки к будущей профессиональной деятельности;
- знание научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовки, определяющей психофизическую готовность студента к будущей профессии;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для формирования социально-профессиональной компетенции.
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.06

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- теоретические и методические основы физической культуры и здорового образа жизни;
- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактике профессиональных заболеваний и вредных привычек;
- методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
- основные требования к планированию индивидуальных занятий различной целевой направленности;

Уметь:

- применять теоретические знания при организации самостоятельных и учебно-тренировочных занятий;
- подбирать средства и методы тренировки;
- пользоваться педагогическими, медико-биологическими и психофизиологическими методами восстановления и релаксации;
- планировать учебно-тренировочные занятия, определять величину нагрузки;
- использовать в занятиях данные медицинского обследования и педагогического контроля;

Владеть:

- способностью использовать приобретенные знания и умения в учебных занятиях и самостоятельных занятиях;
- методикой построения учебно-тренировочных занятий, анализом контроля и оценкой физической нагрузки с целью повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья;
- системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности;
- навыками организации спортивно-массовых соревнований;
- средствами и методами для подготовки к будущей профессиональной деятельности и службе в Вооруженных Силах Российской Федерации.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, консультации, самостоятельную работу студентов.

6. Виды и формы промежуточного контроля: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.07 «ЭКОНОМИКА»**

Кафедра экономики и финансов

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов базовой системы знаний в области общей теории экономики, микро- и макроэкономики.

Задачи дисциплины:

- сформировать теоретические знания об экономической системе общества, ее эволюции и современном состоянии;
- дать знания для понимания причин, логики, результатов и стратегических направлений экономических преобразований в России;
- научить применять простейшие модели, используемые в экономических исследованиях;

– обучить навыкам использования графических методов анализа и элементарного математического аппарата для изучения динамики количественных параметров экономических процессов.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.07.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные термины и понятия, применяемые при изучении данной дисциплины;
- механизмы принятия и реализации решений экономическими субъектами;
- современные тенденции в развитии национальной и мировой экономики;
- методы поиска и сбора актуальной информации в различных источниках, включая Интернет, а также технологии создания мультимедийных презентаций;
- систему сбора, обработки, составления и предоставления экономической информации

Уметь:

- анализировать и использовать экономическую информацию для решения практических задач в различных сферах жизнедеятельности;
- разрабатывать и реализовывать проекты экономической направленности на основе базовых экономических знаний и ценностных ориентиров;
- использовать актуальную информацию из различных источников, включая Интернет, а также создавать мультимедийные презентации;
- собирать, обрабатывать, анализировать и делать выводы по экономической информации в различных сферах экономики;

Владеть:

- навыками применения экономических инструментов и технологий;
- навыками поиска актуальной экономической информации в различных источниках, включая Интернет;
- навыками поиска актуальной экономической информации в различных источниках, включая Интернет, а также создания мультимедийных презентаций;
- навыками сбора и анализа экономической информации, характеризующей деятельность хозяйствующих субъектов.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

- предусмотрено выполнение контрольной работы;
- материально-техническое обеспечение дисциплины:
- компьютерные аудитории с персональными компьютерами, имеющими доступ в Интернет для преподавателей и студентов;
- аудитории, оснащенные мультимедийными средствами обучения для проведения практических занятий, проверки самостоятельных работ;
- доступ к современным информационным системам;
- программное обеспечение дисциплины;
- электронные финансовые таблицы.

6. Виды и формы промежуточного контроля: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.08 «ПРАВОВЕДЕНИЕ»

Кафедра предпринимательского права и основ правоведения

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – приобретение студентами необходимых знаний в области теории государства и права и основ российского законодательства, подготовка студентов к жизни и профессиональной деятельности в правовом государстве.

Задачи дисциплины:

- развивать правовую и политическую культуру студентов;
- формировать культурно-ценностное отношение к праву, закону, социальным ценностям правового государства;
- содействовать осознанию студентами главенства закона над политикой и идеологией;
- познакомить студентов с основами деятельности и функционирования правового государства, правами и свободами гражданина;
- выработать способности к теоретическому анализу правовых ситуаций, навыков реализации своих прав в социальной сфере в правовом контексте;
- формирование социально активной личности, умеющей разбираться в сложных ситуациях, логически рассуждать, делать правильные выводы;
- подготовить студентов к жизни и деятельности в правовом государстве.

2. Место дисциплины в учебном плане

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.08.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы действующего законодательства РФ;
- особенности правовой системы РФ;
- основные положения, характеризующие государство и право, правовое государство;

Уметь:

- использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;
- ориентироваться в действующем законодательстве;
- использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;

Владеть:

- навыками практического применения нормативных правовых актов и условиями их применения;
- навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки документов правового характера.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация:

В учебном процессе используются: законодательные акты, правовая система «Консультант Плюс», «Гарант», Интернет для ознакомления с актуальными материалами

6. Виды и формы промежуточного контроля: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.09 «РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»

Кафедра русского языка и русского языка как иностранного

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование и развитие коммуникативной компетенции специалиста для профессионального общения на русском языке, а также формирование теоретических и практических знаний о закономерностях целесообразного отбора и использования языковых средств в соответствии с содержанием высказывания, его целью, условиями, в которых оно происходит, и той оценкой, которая может находить в нем свое выражение.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с нормами литературного языка: произносительными, лексическими, грамматическими, стилистическими;
- выработать навыки соблюдения нормы литературного языка, целесообразного использования языковых средств, выбора из ряда вариантов наиболее точного, выразительного;
- углубить знания о системных потенциях языка с опорой на функционирование языковых единиц;
- сформировать навыки продуцирования и редактирования текстов разных стилей и жанров русского языка.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.09

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы теории коммуникации;
- основные теоретические положения в области стилистики;
- признаки каждого функционального стиля и отдельных жанров;
- основные положения о литературной норме и тенденциях ее развития;

Уметь:

- применять полученные знания в области теории коммуникации;
- применять полученные знания для решения различных профессиональных задач;
- определять стиль текста по различным критериям;
- использовать словари и справочники при решении различных профессиональных задач;

Владеть:

- нормами русского литературного языка;
- нормами речевого этикета;
- навыками продуцирования и редактирования текстов разных стилей и жанров русского языка.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, консультации, самостоятельную работу студентов.

6. Виды и формы промежуточного контроля: зачет в письменной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.10 «СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ»

Кафедра психологии

1. Цель и задачи дисциплины:

Целью дисциплины – сформировать у студентов (слушателей) с учетом их будущей профессиональной деятельности систему знаний о социальной психологии как науке, изучающей закономерности поведения и деятельности людей, обусловленных их включением в социальные группы, а также психологические характеристики этих групп.

Задачи дисциплины:

- знакомство студентов с социально-психологическими характеристиками индивида как субъекта социальных отношений, группы как целостных образований;
- знакомство студентов с закономерностями социального поведения людей и групп; с массовыми психическими явлениями, субъектами которых выступают средние по количественному составу и большие социальные группы;
- знакомство студентов с психологическими механизмами социальных влияний на человека и его общности как участников социальной жизни, субъектов социального взаимодействия;
- знакомство студентов с психодиагностическими методами изучения социально-психологических явлений.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.10.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

В результате освоения курса студенты должны:

Знать:

- основные категории и понятия социальной психологии;
- методы изучения личности в социальной среде и малых группах.

Уметь:

- толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- пользоваться, обрабатывать и анализировать теоретический и эмпирический материал по изучаемой проблеме, проводить социометрическое исследование.

Владеть:

- системой теоретических знаний по основным разделам социальной психологии;
- навыками изучения личности и групп.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, консультации, самостоятельную работу студентов.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.11 «СОЦИОЛОГИЯ»

Кафедра философии

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – дать студентам знание о сущности и законах развития общества, функционировании социальных институтов, взаимодействии социальных групп и общностей, о методах изучения общества.

Задачи дисциплины: научить студентов анализировать общественную структуру, понимать место различных социальных фактов в системе общества, уметь проводить социологическое исследование, анализировать полученные данные, делать выводы.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.11.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные категории социологии;
- структуру социальной системы, основные ее элементы;
- законы их взаимодействия и функционирования.

Уметь:

- анализировать общество, опираясь на социологические знания;
- выявлять связи между социальными явлениями;
- определять по социологическим критериям стратификационную структуру общества, статус личности.

Владеть:

- навыками и приемами анализа общества;
- навыками составления анкеты и проведения опроса;
- приемами анализа полученных данных.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, консультации, самостоятельную работу студентов.

6. Виды и формы промежуточного контроля: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.12 «КУЛЬТУРОЛОГИЯ»

Кафедра культурологии и музеологии

1. Цель и задачи дисциплины

Цель курса – познакомить с историей культурологической мысли, категориальным аппаратом данной области знания, раскрыть существо основных проблем современной культурологии, дать представление о специфике и закономерностях развития мировых культур.

Задачи дисциплины:

- проследить становление и развитие понятий «культуры» и «цивилизации»;
- рассмотреть взгляды на место культуры в социуме;
- представления о социокультурной динамике, типологии и классификации культур, внутри- и межкультурных коммуникациях;
- осуществить знакомство с основными направлениями методологии культурологического анализа;
- развитие творческих способностей студентов и умения применять полученные знания на практике.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б 12.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующей **общекультурной компетенции:**

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные методологические подходы культурологического анализа;
- возможности и границы использования в культурологическом знании методов различных наук;
- основные сферы культурной деятельности общества.

Уметь:

- разбираться в диалектике межнациональных социально-культурных отношений и проблемах взаимодействия этнокультур;
- использовать полученные знания в дальнейшей учебной и научно-исследовательской деятельности.

Владеть:

- методами культурологического исследования;
- информацией об отечественной и мировой культуре.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, консультации, самостоятельную работу студентов.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.13 «ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – дать студентам системное представление об истории и основных теориях коммуникации, о видах, методах и проблемах коммуникативных практик.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с философскими, социологическими и психологическими подходами к теории коммуникации;
- дать возможность студентам свободно ориентироваться в основных понятиях и подходах в теории социальной и межличностной коммуникации.

- рассмотреть основные формы и сферы коммуникативных практик;
- развить у студентов умения использовать теорию и методологию коммуникационных технологий применительно к практике связей с общественностью;
- рассмотреть основные формы коммуникационных практик в повседневной, профессиональной и научной деятельности;
- познакомить с основными тенденциями в электронной коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б 13.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общекультурные:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

профессиональные:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основополагающие понятия теории коммуникации;
- современные технологии социальной коммуникации на межличностном, групповом и институциональном уровне;
- структуру создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- инструменты и средства обеспечения внутренней и внешней коммуникации в организации.

Уметь:

- использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- создавать коммуникационные сообщения в рамках коммуникационной инфраструктуры;
- создавать эффективные инструменты и формы для проведения коммуникационных компаний в СМИ.

Владеть:

- методологией и теорией в сфере социальной коммуникации;
- методологией и теорией в сфере социальной коммуникации;
- основными принципами, формами, методами коммуникации и моделями коммуникационной активности;
- навыками создавать коммуникационные сообщения в рамках коммуникационной инфраструктуры.

4. Общий объем дисциплины: 7 з. е. (252 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме, экзамен в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.14 «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цели и задачи дисциплины

Цели дисциплины – сформировать системное понимание основных закономерностей процессов, протекающих в массово-информационной сфере, а также сформировать системное представление о ключевых теоретических концепциях и практических реалиях в сфере массмедиа, парадигмах творческой реализации знаний в научной и прикладной деятельности в сфере СМК, возможностях взаимодействия специалистов медиасферы и по связям с общественностью в области теории и практики.

Задачи дисциплины:

- изучить основные этапы развития современных СМИ в России и за рубежом;
- изучить основные теории и системы функционирования средств массовой информации;
- познакомить студентов с современной структурой сфер средств массовой информации, а также с работой пресс-центров и пресс-служб;
- изучить практику работы отделов по связям с общественностью, отделов рекламы со СМИ;
- изучить основные методы формирования, организации подачи и распространения информации в СМИ и системе Интернет;
- сформировать основы профессиональных и культурных компетенций в сфере теории и практики массовой информации среди студентов.

2. Место дисциплины в учебном плане

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б 14.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующей **общепрофессиональной компетенцией:**

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4).

профессиональной компетенцией:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные принципы, формы и методами коммуникации и модели коммуникационной активности;
- основные инфраструктурные элементы и структуры о обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

Уметь:

- создавать коммуникационные сообщения в рамках коммуникационной инфраструктуры;
- решать задачи, связанные с практическим применением знаний обеспечения внутренней и внешней коммуникации.

Владеть:

- созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- обеспечением эффективной внутренней и внешней коммуникации в организации.

4. Общий объем дисциплины: 7 з. ед. (252 часа).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме и экзамен в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.15 «ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

Кафедра психологии

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – дать общие понятия о психологических особенностях протекания процессов массовой коммуникации, сформировать представление о психологии массовой коммуникации как специальной теории, рассмотреть психологические особенности создания, восприятия и воздействия информации и рекламы.

Задачи дисциплины:

- ознакомление студентов с понятием массовой коммуникации, структурой массовой коммуникацией, средств массовой информации;
- формирование навыков использования основных методов мониторинга и изучения СМИ на сознание человека;
- ознакомление студентов и выработка навыков использования основных техник влияния в массовой коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана:

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.15.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

профессиональные:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- психологические основы коммуникационного процесса как основы установления конструктивного взаимодействия в коллективе;
- понятия массовой коммуникации и массового сознания;
- особенности и принципы организации коммуникационного процесса;
- особенности и закономерности коммуникации в малых и больших социальных группах.

Уметь:

- выявлять и анализировать особенности психологического воздействия в массовой коммуникации;
- учитывать культурные, этические, этнические, конфессиональные, социальные различия при организации коммуникативного процесса;
- организовать коммуникацию между людьми с учетом социальных, культурных, этнических, конфессиональных различий;
- разрабатывать программы по оптимизации коммуникационной инфраструктуры в организации.

Владеть:

- опытом анализа психологического воздействия в процессе массовой коммуникации;
- опытом применения техник психологического воздействия в массовой коммуникации;
- опытом анализа коммуникационной инфраструктуры в организации;
- приемами и техниками обеспечения и улучшения внутренней и внешней коммуникации в организации.

4. Общий объем дисциплины: 7 з. е. (252 часа).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме и экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.16 «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Кафедра экономики и управления на предприятии

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий, методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с историей становления и развития коммуникационного менеджмента за рубежом и в России;
- изучение методик коммуникационного менеджмента и технологии проведения коммуникационного исследования;
- рассмотрение специфических моделей взаимодействий между субъектами коммуникаций;
- поиск эффективных методов разрешения коммуникационных конфликтов;
- разработка рекомендаций, способствующих решению сложных задач, стоящих перед современными руководителями в разных сферах коммуникационной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.16.

Требования к результатам освоения дисциплины.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

профессиональные:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- законодательные и нормативные акты в сфере рекламы и связей с общественностью;
- основные понятия, сущность и модели коммуникаций;
- принципы управления персоналом организации; особенности работы в малочисленных коллективах;

– состав и особенности построения коммуникационной инфраструктуры организации

Уметь:

- выбирать оптимальные формы организации бизнеса;
- определять способы деловой коммуникации с учетом особенностей различных культур;
- осуществлять функции руководителя, организатора, а также инициатора новых идей;
- анализировать технологии коммуникационного обеспечения и применять средства корпоративных коммуникаций

Владеть:

- навыками составления договоров и деловой документации
- умением межличностного общения в профессиональной среде, в том числе в международной сфере;
- приемами формирования эффективных внутренних коммуникаций, создания благоприятного психологического климата в коллективе;
- навыками и способностями построения корпоративной культуры в организациях различных сфер экономики.

4. Общий объем дисциплины: 6 з. е. (216 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: экзамен в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.17 «СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – познакомить студентов с общетеоретическими, методологическими и прикладными подходами в социологии массовой коммуникации, раскрыть содержание основных концепций, теорий, основополагающих понятий и методов исследования.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов развернутое представление об истории и общих теоретических основах социологии массовой коммуникации;
- научиться понимать смысл процессов протекающих в сфере массовой коммуникации;
- уметь выделять главные проблемы и тенденции в развитии средств массовой коммуникации, самостоятельно разбираться в вопросах, касающихся места и роли средств массовой коммуникации в современной мировой и российской общественной жизни;
- приобрести прикладные навыки социологического изучения основных каналов средств массовой коммуникации;
- развить у студентов социологического мышления.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.17.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общефессиональные:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

профессиональные:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

Знать:

- сущность, процессы, закономерности и эффекты массовой коммуникации;
- принципы организации коммуникационных компаний средствами массовой коммуникации;
- основные принципы, формы и методами коммуникации и модели коммуникационной активности;
- основные инфраструктурные элементы и структуры о обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

Уметь:

- планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании;
- организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- создавать коммуникационные сообщения в рамках коммуникационной инфраструктуры;
- решать задачи, связанные с практическим применением знаний обеспечения внутренней и внешней коммуникации;

Владеть:

- принципами и инструментами планирования коммуникационных компаний;
- методами и технологиями проведения массовой коммуникации в СМИ;
- созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- обеспечением эффективной внутренней и внешней коммуникации в организации;
- методами опроса и сбора социологической информации в сфере массовых коммуникаций;
- разработкой программы и методами прикладного социологического исследования.

4. Общий объем дисциплины: 8 з. е. (288 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме и экзамен в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.18 «ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – знакомство и освоение студентами основных принципов комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара, которые включают рекламу, связи с общественностью, стимулирование сбыта и прямой маркетинг.

Задачи дисциплины:

- изучение системы интегрированных коммуникативных технологий и взаимосвязи рекламы, связей с общественностью и маркетинга;
- формирование целостного представления о коммуникативных технологиях, используемых в рекламе, связях с общественностью и маркетинге;
- освоение знаний для формирования и планирования оптимального набора коммуникативных технологий, с целью достижения позитивного отношения к организации и продукту (услуге) и повышению спроса;

– освоение основных этических норм, регулирующих профессиональную деятельность в сфере информационных технологий.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.18.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

обще профессиональные:

– умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

профессиональные:

– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Знать:

– виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;

– международные и национальные профессиональные объединения в сфере коммуникации (PR и рекламы);

– правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес-этикет, принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций;

Уметь:

– собирать, анализировать, адекватно воспринимать и обобщать информацию, дозированно предоставлять информацию целевым аудиториям, соблюдая принципы защиты государственной, коммерческой и иной охраняемой законом тайны;

– использовать знания об основных технологиях, приемах и методах разработки коммуникационных кампаний и мероприятий;

– осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, оценивать конкурентоспособность товара (работ, услуг); планировать товародвижение и сбыт продукции;

Владеть:

– культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией;

– навыками создания и размещения рекламных и PR-текстов, организации рекламных и PR-кампаний и мероприятий.

4. Общий объем дисциплины: 8 з. е. (288 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме, экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.19 «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

Кафедра менеджмента организации и управления инновациями

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – освоение студентами основных положений теории маркетинга и приобретение умений использовать теоретические знания при реализации маркетинговых функций в компании.

Задачи дисциплины:

- раскрыть социально-экономическую сущность маркетинга;
- усвоить содержание современных концепций управления маркетингом;
- уяснить содержание операционной маркетинговой стратегии;
- приобрести практические умения по разработке комплекса маркетинга фирмы;
- овладеть навыками реализации основных функций маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.19.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины способствует формированию у обучающихся следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

профессиональные:

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основы социально-экономической сущности маркетинга;
- основы самоорганизации и самообразования;
- основы маркетинговых исследований и этапы их проведения;
- состав комплекса маркетинга и решения по разработке его инструментов.

Уметь:

- использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- самоорганизовать свою деятельность и заниматься самообразованием;
- проводить маркетинговые исследования;
- использовать маркетинговый инструментарий для анализа внешней и внутренней среды.

Владеть:

- основами экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- способностью к самоорганизации и самообразованию;
- навыками проведения маркетинговых исследований.

4. Общий объем дисциплины: 6 з. е. (216 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме и экзамен в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.20 «ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – освоение основных направлений и технологий деятельности отделов рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

- осмыслить основные направления работы отделов рекламы и связей с общественностью, виды деятельности, варианты структур, термины содержательного «поля» дисциплины и сферы деятельности отделов;
- усвоить возможные варианты организационных структур подразделений по связям с общественностью и рекламе;
- изучить основные механизмы в деятельности отделов рекламы и связей с общественностью;
- углубить знания об основных принципах планирования PR- и рекламных мероприятий (акций, проектов, кампаний);
- приобрести базовые знания в сфере клиентских коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана.

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» (Б.1.Б.20) относится к базовой части основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и является базовой дисциплиной. Дисциплина реализуется на факультете русской филологии и иностранных языков кафедрой связей с общественностью и журналистики.

В процессе обучения студенты получают не только конкретные (теоретические) знания по данной дисциплине, но и практический опыт по организации работы отделов рекламы и связей с общественностью. Данный курс поможет углубиться в осмысление философии и ценностей рекламы и PR; даст представление о профессиональных качествах специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Настоящей дисциплине также отводится существенная роль в подготовке студентов к прохождению преддипломной практики и собственно содержательно-методическому осуществлению данной практики.

Курс читается с учетом межпредметных связей с такими дисциплинами, как «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы теории коммуникации», «Коммуникация в сфере PR», «Социология массовых коммуникаций», и является фундаментом для дальнейшей профессиональной подготовки специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общефессиональные:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

профессиональные:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- владением умениями и навыками профессиональной деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПКВ-5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные направления, организацию работы и функционирование рекламных- и PR-агентств, служб и отделов по связям с общественностью, пресс-служб и пресс-центров;
- основы принципов корпоративного управления, а также планирования деятельности служб и отделов рекламы и связей с общественностью;
- философию, ценности и принципы корпоративной культуры, в частности корпоративной культуры XXI века, а также основы моделей управления корпоративными структурами;
- принципы организации и планирования работы отделов рекламы и связей с общественностью, типы коммуникационных услуг, структуру рынка коммуникационных услуг; основные формальные документы, используемые в деятельности подразделений по связям с общественностью и рекламы;
- современные технологии и инструменты разработки планов, программ и других материалов проектной документации в сфере рекламных- и PR-коммуникаций;
- ключевые законодательные и этические нормы, применяемые при работе с проектной документацией в области рекламы и связей с общественностью;
- основные положения коммуникационной концепции связей с общественностью, ее универсальную роль в управлении общественным и корпоративным мнением, ее системные факторы, компоненты, модели, технологии и векторы развития;
- идеи, нормы, ценности рекламы и связей с общественностью как субъектов информационно-коммуникационной деятельности в современном социуме;
- основы и принципы деятельности организации, функциональные обязанности сотрудников отдела рекламы, маркетингового отдела, рекламного агентства;
- методы оценки эффективности рекламной и маркетинговой деятельности.

Уметь:

- анализировать организационную структуру рекламных служб и служб по связям с общественностью и вносить предложения по ее совершенствованию для повышения эффективности организации рекламного и PR-процесса;
- выстраивать гармоничную и эффективную коммуникацию между субъектом общественных связей и местным населением;
- выполнять определенные аналитические и организационные работы при подготовке креативных концепций, планов, графиков реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду предприятия, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на рекламную- и PR- деятельность;
- разрабатывать планы, программы и другие материалы проектной документации в сфере рекламы и связей с общественностью;
- оформлять и представлять результаты проектной деятельности в виде компьютерных презентаций, отчетных материалов в ходе публичных выступлений;
- оперативно и гибко выбирать оптимальные параметры PR-коммуникации;
- продвигать товары и услуги на рынок, использовать для этого современные маркетинговые и рекламные технологии;
- принимать участие в управлении и организации работы рекламных и маркетинговых служб, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за их деятельностью, оценивать эффективность деятельности данных служб.

Владеть:

- опытом применения традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- методом проектирования, являющимся основным форматом реализации взаимодействия субъектов коммуникации в сфере рекламной и PR-деятельности;
- способностью творческого использования полученных в процессе обучения в вузе теоретико-прикладных знаний в сферах рекламы и связей с общественностью как необходимого профессионального условия для успешной работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности сотрудников отделов рекламы и отделов связей с общественностью;
- методологической и технологической культурой проектирования;
- навыками разработки коммуникационных планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера, актуальных для сферы рекламной- и PR-деятельности;
- коммуникационными моделями рекламы и связей с общественностью, реализующимися в практической деятельности;
- анализом теоретических и эмпирических материалов для дальнейшего использования в практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- навыками организации работы малого коллектива, технологией внутренней коммуникации;
- навыками работы в профессиональной команде.

4. Общий объем дисциплины: 6 зач. ед. (216 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в письменной форме и экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.Б.21 «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ»

Кафедра менеджмента организации и управления инновациями

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – ознакомление слушателей с процессом организации маркетинговых исследований и проведения ситуационного анализа.

Задачи дисциплины:

- создание системных представлений о методологии и методах организации и проведения маркетинговых исследований;
- формирование у студентов общего представления о целях и методах анализа собранных данных;
- формирование маркетингового подхода к решению различного рода экономических задач и коммерческих ситуаций, в том числе в рекламной деятельности;
- развитие навыков проведения маркетинговых исследований как части последующей профессиональной деятельности;
- формирование представлений о технологиях организации работы участников маркетинговых исследований и проведения ситуационного анализа.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.21.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

– владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

профессиональные:

– способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

– способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

– владение умениями и навыками профессиональной деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПКВ-5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные термины и определения в изучаемой предметной области;
- понимание специфики и сущности основ маркетинга;
- основные концепции и функции маркетинга, закономерностей их развития.

Уметь:

- использовать компьютерные технологии для решения профессиональных задач;
- осуществлять системный анализ исследуемых элементов маркетинга и предлагать на его основе обоснованные решения по их развитию.

Владеть:

- навыками работы с литературными источниками и оформления результатов исследований в соответствии с предъявляемыми требованиями;
- базовой терминологией в области маркетинга и социологии;
- рыночными категориями на уровне глубокого освоения основ маркетинга.

4. Общий объем дисциплины: 6 з. е. (216 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме и экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.22 «ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ»

Кафедра психологии

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов научных знаний о фактах, закономерностях и механизмах психики человека, его психологических особенностях как личности, индивида, проявляющихся в условиях социально-обусловленной деятельности.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов систему первоначальных взглядов о психологии как науке, ее предмете, истории становления, современном состоянии, методах психологического исследования;
- сформировать у студентов научные понятия: психика, сознание, деятельность, личность, познавательные процессы, темперамент, характер, способности и др.;
- дать конкретные знания о различных подструктурах личности, их взаимосвязи и месте в структуре личности;
- сформировать профессиональные умения в использовании знаний о психике для решения современных задач общей психологии;
- способствовать формированию у студентов активной позиции в познании личности, способности отстаивать и научно обосновывать свою точку зрения;
- способствовать переходу полученных знаний в профессиональные и личностные убеждения, стимулирующие личностное саморазвитие студентов.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.22.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- психологические феномены, категории, законы, методы изучения и описания закономерностей функционирования и развития психики и личности с позиций существующих в отечественной и зарубежной науке подходов;
- психологические аспекты профессионального становления личности.

Уметь:

- объяснять и прогнозировать изменения уровня развития и функционирования познавательной и мотивационно-волевой сферы, самосознания, психомоторики, способностей характера, темперамента, функциональных состояний, личностных черт и акцентуаций в норме, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- пользоваться, обрабатывать и анализировать теоретический и эмпирический материал по изучаемой проблеме.

Владеть:

- навыками анализа психологических теорий, объясняющие механизмы функционирования и формирования психики в процессе индивидуального развития;
- системой теоретических знаний по основным разделам психологии.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: экзамен в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.23 «КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ»**

**Кафедра физики;
Кафедра зоологии и экологии животных**

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – повысить общекультурный и образовательный уровень студентов, развить естественнонаучное мировоззрение обучающихся.

Задачи дисциплины:

- систематизировать знания о наиболее общих законах природы;
- сформировать научное материалистическое мировоззрение;
- выработать понимание причинно-следственных связей природных явлений;
- развить способность самостоятельно осмысливать сложный современный естественнонаучный материал;
- критически оценивать широко распространенные в наше время антинаучные представления и мифологемы современной эпохи.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина «Концепции современного естествознания (физическая часть)» входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.23

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения, навыки, формируемые в школьных курсах математики, физики и биологии.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Дисциплина нацелена на формирование следующей **общекультурной компетенции:**

- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные этапы развития естествознания;
- основные естественнонаучные явления и концепции
- основные критерии отличия живого от неживого;
- основные гипотезы о происхождении жизни на Земле;
- основные формы организации живой материи;
- основные законы и факторы эволюции живого мира;
- строение и функционирование биосферы;
- место человека в системе животного мира и его антропогенез

Уметь:

- использовать естественнонаучные термины в повседневной жизни и профессиональной сфере;
- объяснять основные наблюдаемые природные эффекты с позиций фундаментальных естественнонаучных законов
- вести дискуссии на естественнонаучные темы;
- использовать современные положения естественных наук в повседневной жизни и профессиональной сфере;
- структурировать, обобщать и систематизировать собранный научный материал для написания реферата, подготовки презентации и доклада в устной форме

Владеть:

- навыками естественнонаучного мышления;
- основными методами естественнонаучного анализа для понимания и оценки природных явлений
- терминологией изучаемого предмета;

- первичными навыками применения современных естественнонаучных положений и теорий;
- навыками самостоятельной работы, поиска информации

4. Общий объём дисциплины: 3 з. е. (108 часа).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.24 «МАТЕМАТИКА И СТАТИСТИКА»

Кафедра математики и методики обучения математике

1. Цели и задачи преподавания дисциплины

Цель дисциплины – формирование системы знаний и умений в области математики и статистики, формирование профессиональных компетенций будущего выпускника в предметной области.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление об основных математических понятиях теории множеств и математической логики;
- познакомить с элементами теории вероятностей и математической статистики;
- рассмотреть применение методов статистической обработки данных.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.24

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

профессиональные:

- способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия математической логики, теории множеств, теории вероятностей и математической статистики;
- основные факты теории вероятностей и математической статистики.

Уметь:

- применять математическую теорию к решению задач;
- использовать методы математической статистики для обработки и анализа информации.

Владеть:

- базовой терминологией теории множеств, теории вероятностей и математической статистики;
- навыками статистической обработки информации;
- приемами решения базовых задач по теории вероятностей.

4. Общий объём дисциплины: 7 з. е. (252 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в письменной форме, экзамен в устной и письменной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.25 «КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАТИКА»**

Раздел Б1.Б.25.01 «ОСНОВЫ БИБЛИОГРАФИИ»

Библиотека ПсковГУ

1. Цель и задачи освоения раздела дисциплины

Цель освоения раздела дисциплины – формирование информационно-библиографической культуры студентов, способствующей эффективному осуществлению учебной и научной деятельности, успешной профессиональной реализации в условиях информационного общества.

Задачи:

- дать знания студентам о ресурсах и сервисах библиотеки ПсковГУ;
- научить студентов свободно ориентироваться в информационном пространстве библиотеки университета;
- отработать алгоритмы информационного поиска в полнотекстовых и библиографических базах данных по разным типам запросов;
- ознакомить с правилами библиографического описания печатных и электронных документов;
- сформировать у студентов умения и навыки по информационному самообеспечению их учебной и научно-исследовательской деятельности.

2. Место раздела дисциплины в структуре учебного плана

Раздел «Основы библиографии» является составной частью дисциплины «Компьютерные технологии и информатика». Раздел дисциплины включен в базовую часть учебного плана. Шифр раздела дисциплины – Б1.Б.25.01.

3. Требования к результатам освоения раздела дисциплины

Процесс изучения раздела дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

общепрофессиональные:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

В результате изучения раздела дисциплины студент должен:

Знать:

- справочно-поисковый аппарат библиотеки;
- состав электронных ресурсов библиотеки ПсковГУ, их структуру и назначение;
- особенности работы в различных электронно-библиотечных системах;
- алгоритм поиска информации в электронных полнотекстовых и библиографических базах данных;
- правила библиографического описания печатных и электронных документов;
- правила составления библиографического списка литературы;
- правила оформления библиографических ссылок.

Уметь:

- самостоятельно вести поиск информации рациональными способами с помощью справочно-поискового аппарата библиотеки;
- ориентироваться в многообразии представленных сетевых электронных ресурсов;
- использовать информационные ресурсы библиотеки в образовательном и научном процессах;
- оформлять результаты поиска информации в соответствии с требованиями государственных стандартов.

Владеть:

- методами работы в различных электронно-библиотечных системах, электронных каталогах и других электронных информационных ресурсах;
- навыками самостоятельного и грамотного поиска информации в различных источниках, предоставляемых библиотекой;
- правилами библиографического описания документов, навыками подготовки библиографических списков.

4. Общий объём раздела дисциплины: 0,5 з. е. (18 часов).

5. Дополнительная информация

Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины:

- компьютерные классы с выходом в Интернет;
- аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения.

6. Виды и формы промежуточной аттестации

По разделу дисциплины предусмотрена форма текущего контроля – контрольная работа.

Раздел Б1.Б.25.02 «КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАТИКА»

Кафедра прикладной информатики в образовании

1. Цель и задачи раздела дисциплины

Цель раздела дисциплины – обеспечение достаточного и необходимого уровня теоретических знаний и навыков их применения в решении практических задач работы с информационными технологиями.

Задачи:

- изучение студентами теоретических аспектов, основных понятий в области информационных технологий;
- выработка навыков самостоятельной работы с современными компьютерными технологиями.

2. Место раздела дисциплины в структуре учебного плана

Раздел «Компьютерные технологии и информатика» является составной частью дисциплины «Компьютерные технологии и информатика». Раздел дисциплины включен в базовую часть учебного плана. Шифр раздела дисциплины – Б1.Б.25.02.

3. Требования к результатам освоения раздела дисциплины

Процесс изучения раздела дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

общепрофессиональные:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

В результате изучения раздела дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия и терминологию;
- назначение и области применения различных видов компьютерной, коммуникационной и организационной техники, применяемой в образовательных учреждениях;
- назначение и области применения основных информационных технологий обеспечения образовательной деятельности;
- назначение и состав организационно-методического обеспечения управления информационными ресурсами образовательных учреждений;

Уметь:

- применять информационные технологии в образовательных процессах с учетом возрастной специфики, психологии, здоровья и личностных особенностей учащихся;
- выбирать и рационально использовать конкретные информационные технологии обеспечения образовательной деятельности

Владеть:

- методиками применения современных информационных образовательных технологий;
- логическим аппаратом поиска, обработки, анализа и применения информации в различных информационных системах, навыками работы с различными информационными системами.

4. Общий объем раздела дисциплины: 2,5 з. е. (90 часов).

5. Дополнительная информация

При изучении раздела дисциплины используются репродуктивные, информационно-развивающие, проблемно-поисковые, интерактивные методы обучения, групповые и индивидуальные формы обучения.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.26 «ЛОГИКА И ТЕОРИЯ АРГУМЕНТАЦИИ»**

Кафедра философии

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов представлений о строении основных форм мышления, их взаимоотношениях, развитие и повышение интеллектуальной культуры, позволяющей осознанно и грамотно пользоваться формами и законами мышления для усиления его точности, ясности, последовательности, доказательности и непротиворечивости.

Задачи дисциплины нацелены на:

- обоснование логики и теории аргументации как отрасли научного знания;
- раскрытие ее роли в жизни человека и общества;
- ознакомление с идеями о коммуникативной природе аргументативного дискурса;
- изучение приемов и способов доказательного и убедительного ведения различных форм диалога;
- выработку умения осознанного использования основных положений логики и теории аргументации в процессе участия в дискуссиях и спорах;
- формирование способности логически правильно и аргументировано излагать (письменно или устно) различные проблемы и вопросы;
- формирование устойчивых навыков самоконтроля в процессе общения и подготовки аргументативных текстов;
- умение распознавать уловки и некорректные логические приемы, используемые в ходе аргументации.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.26.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины способствует формированию у обучающихся следующих компетенций:

общекультурные:

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основные формы мышления и законы логики;
- понятийно-категориальный аппарат теории аргументации;
- логическую проблематику теории и практики аргументации;
- особенности аргументативного дискурса;
- нормы рационального речевого общения.

Уметь:

- осуществлять логические операции над основными формами мышления;
- анализировать сложные мыслительные формы;
- аргументировано и доказательно отстаивать свою позицию и интересы;
- применять правила теории аргументации в научных дискуссиях, деловых беседах и переговорах;
- критиковать позицию оппонента, разоблачать уловки, применяемые в спорах.

Владеть:

- навыками последовательного, рационально аргументированного рассуждения;
- приемами сопряжения логического знания с практическими потребностями сотрудников.

4. Общий объем дисциплины: 7 з. е. (252 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет и экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.27 «РЕКЛАМА В КОММУНИКАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – знакомство с историей и современностью рекламной коммуникации как элемента социальной, политической и экономической жизни социума, осмысление студентами существования рекламы в медиасистеме, места рекламы в информационном поле.

Задачи дисциплины:

- выработать у студентов профессиональный взгляд на рекламную деятельность, который позволит им разрабатывать рекламные кампании, создавать рекламные объявления, анализировать эффективность рекламной продукции, рекламных мероприятий во время профессиональной деятельности, ориентироваться на медиарекламном рынке, понимать принципы его функционирования и значение его составляющих;
- сформировать представления о современной рекламной индустрии, ее тенденциях развития и перспективных направлениях;

- ознакомить студентов с приемами планирования и проведения рекламной кампании, видами анализа эффективности рекламной деятельности, концептуальных основ разработки рекламных обращений;
- позиционировать институт рекламы как особый канал коммуникации и механизм конструирования социальной реальности;
- сформировать у студентов язык профессионального общения через освоение понятий и терминов в сфере маркетинговых коммуникаций;
- сформировать представление об общекультурных и этнокультурных предпосылках становления рекламы и о роли, которую она сыграла в создании культуры XX века.

2. Место дисциплины в учебном плане

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.27.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общефессиональными:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

профессиональными:

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

профессиональными компетенциями, сформулированными ВУЗом:

- способность организовывать производство, подготовку к выпуску и распространение рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды, а также с учетом возможностей традиционных и современных рекламных технологий (ПКВ-1);
- способностью квалифицированно использовать знания в области профессиональной рекламной деятельности (ПКВ-4);
- способность под контролем осуществлять производство, подготовку к выпуску и распространение рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды (ПКВ-6).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основные понятия рекламоведения;
- место, роль и функции рекламы в системе маркетинга;
- основные принципы и этапы разработки рекламных кампаний;
- основные подходы к определению эффективности рекламы;
- требования к рекламному тексту и его структуре;
- производственный процесс создания, выпуска и распространения рекламной продукции различных видов по разным каналам;
- правила проведения и способы определения эффективности рекламной кампании;

Уметь:

- применять на практике полученные знания в области сбора материала для разработки рекламной кампании и разработки рекламных стратегий и тактик;
- применять на практике знания в сфере функционирования СМИ на медиарекламном рынке и рынке маркетингово-коммуникационных услуг;
- анализировать и редактировать рекламный текст;
- анализировать и планировать процесс создания и распространения рекламной продукции различных видов по разным каналам;
- анализировать рекламные сообщения в соответствии с требованиями законов и этических кодексов;
- анализировать структуру и эффективность рекламной кампании;

Владеть:

- навыками планирования рекламных стратегий и кампаний;
- навыками анализа эффективности рекламной кампании или сообщения;
- навыками работы над имиджем;
- навыками анализа и планирования рекламной кампании;
- навыками создания, выпуска и распространения рекламной продукции различных видов по разным каналам.

4. Общий объем дисциплины: 7 з. ед. (252 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, круглые столы, контролирующую самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет и экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.28 «КОММУНИКАЦИЯ В СФЕРЕ PR»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – овладение комплексным теоретическим представлением о феномене PR в его зарубежной (американской, европейской) и российской специфике, а также концептуальными основами PR как коммуникативной дисциплины, изучение которой направлено на ознакомление студентов с их будущей сферой профессиональной деятельности; формирование восприятия предмета PR как совокупности социальных коммуникативных практик и непосредственно PR как важнейшего инструмента управления коммуникационными процессами во внутренней и внешней среде.

Задачи:

- усвоение концепции учебной дисциплины, базирующейся на теоретических исследованиях связей с общественностью (М. Г. Шилина, Т. Э. Гринберг и др.) как системы и актуальной коммуникации как ее системообразующего элемента с учетом прогностических матриц развития индустрии;
- формирование профессиональной коммуникативной компетентности современного специалиста по связям с общественностью с учетом новейших реалий теории и практики PR, как российской, так и мировой;
- освоение студентами категориального аппарата науки о PR, ее предмета, объекта, методов исследования в PR;
- приобретение системного представления об основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении данной области профессиональной деятельности;
- выстраивание системного представления о современном состоянии отрасли «Связи с общественностью»: основных и новейших специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объемах деятельности, роли новых медиа в современной практике PR;
- знание студентами закономерностей, принципов, механизмов формирования и функционирования связей с общественностью как социальных коммуникативных практик;
- овладение технологией и методами PR-продвижения информационных ресурсов;
- овладение навыками самостоятельных теоретических изысканий в области связей с общественностью, применения знаний теории в практической деятельности;

– формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в сфере PR.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин базовой части (Б1.Б.28) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

– обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

профессиональные:

– владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

– способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

– способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

– ключевые понятия и функции медиарелейшнз; различные формы связей отделов PR со СМИ; особенности работы копирайтера в коммуникационном агентстве; виды и специфику PR-текстов; отличия PR-текстов от рекламных текстов;

– внутренние резервы коммуникационных подразделений организаций (предприятий) по повышению своей эффективности и более рационального использования человеческого капитала;

– осознавать роль инновационного PR-инструментария, связанного, прежде всего, с социальными медиа и обеспечивающего эффективные внешние коммуникации организации (предприятия);

– основные теоретические концепции и методы проектирования в сфере современных связей с общественностью;

– закономерности подготовки и последующей реализации проектов в сфере связей с общественностью и рекламы;

– мировые теоретические идеи Public Relations; ведущие реалии современного развития связей с общественностью;

– основные положения коммуникационной концепции связей с общественностью, ее универсальную роль в управлении общественным и корпоративным мнением, ее системные факторы, компоненты, модели, технологии и векторы развития;

– идеи, нормы, ценности связей с общественностью как субъекта информационно-коммуникационной деятельности в современном социуме;

– содержание информационно-аналитической, обзорной и прогностической работы в сфере рекламных- и PR-коммуникаций;

– современные инструменты разработки планов, программ и других материалов обзорного, прогнозно-аналитического характера в сфере рекламных- и PR-коммуникаций.

Уметь:

– анализировать роль различных каналов распространения информации для СМИ, устанавливать отношения с журналистами, оценивать аудиторию СМИ; создавать информационные поводы и доводить пресс-релизы до публикации; составлять рекламные- и PR-тексты в соответствии с концепцией PR-кампании (проекта, мероприятия);

- самостоятельно осуществить большинство видов PR-деятельности в конкретной профессиональной сфере с учетом владения навыками по организации и оперативному планированию работы конкретного предприятия;
- создать индивидуальную рабочую программу специалиста в области корпоративных коммуникаций по организации и оперативному планированию личной профессиональной деятельности;
- рефлексировать проектирование как основание для формирования стратегического подхода к деятельности в сфере связей с общественностью и рекламы;
- оперативно и гибко выбирать оптимальные параметры PR-коммуникации;
- использовать методы стратегического анализа ключевых сфер PR как институциональной коммуникации;
- составлять и описывать модель проведения конкретной информационно-аналитической и прогностической работы.

Владеть:

- методикой написания основных рекламных- и PR-информационных материалов, предназначенных для информирования общественности; навыками выпуска пресс-релизов и медиакитов, организации пресс-мероприятий, оценки рынка СМИ, осуществления информационной поддержки мероприятия;
- основами корпоративных коммуникационных стратегий как необходимого профессионального условия для успешной работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
- навыками разработки программы (проектов) по совершенствованию организации и планирования деятельности предприятия;
- технологическим циклом проектирования, а также РАСЕ как основным методом проектирования в деятельности связей с общественностью;
- современным пониманием теоретических парадигм связей с общественностью и возможностями использования знаний на практике;
- коммуникационными моделями рекламы и связей с общественностью, реализующимися в практической деятельности;
- анализом теоретических и эмпирических материалов для дальнейшего использования в практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- навыками проведения аналитических исследований по разным темам и на массиве различных текстов.

4. Общий объём дисциплины: 5 з. е. (180 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме и экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.29 «БРЕНДИНГ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – приобретение студентами базовых теоретических знаний и практических навыков, составляющих основное содержание профессиональных обязанностей бренд-менеджера.

Задачи дисциплины:

- ознакомление студентов с основными этапами создания бренда;
- рассмотрение вопросов организации и проведения брендинговых кампаний;
- изучение специфики PR-коммуникации в брендинге;
- освоение различных методик оценки эффективности брендинга;
- ознакомление со спецификой брендинга на муниципальном, региональном, национальном и межнациональном уровнях.

2. Место дисциплины в учебном плане

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.29.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общефессиональными:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

профессиональными:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

профессиональными компетенциями, сформулированными ВУЗом:

- способность под контролем осуществлять мероприятия в рекламной сфере (ПКВ-3).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основополагающие понятия брендинга;
- современные технологии брендинга;
- сущность процесса бренд-коммуникации, условия и закономерности эффективной бренд-стратегии;

Уметь:

- организовать и провести специальные мероприятия в брендинговой сфере;
- решать задачи, связанные с практическим применением знаний из области бренд-коммуникации;
- ориентироваться в профессиональном мире Brand-PR;
- организовать и провести специальные мероприятия в брендинговой сфере;

Владеть:

- основными принципами, формами и методами бренд-деятельности;
- навыками составления PR-текстов, применяемых в брендинговой сфере.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. ед. (108 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, круглые столы, контролирующую самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: в форме экзамена в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.Б.30 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – раскрыть теоретические основы формирования связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления Российской Федерации и показать политическую практику взаимодействия общественных организаций с различными социальными группами современного общества и

сформировать базовый понятийный аппарат для осмысления коммуникационных процессов, способов и технологий управления ими в системе государственных и общественных организаций.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления;
- ввести в проблематику государственного маркетинга, политической коммуникации, теории социального управления;
- сообщить теоретические и фактические знания, необходимые для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями;
- сформировать базовый понятийный аппарат, необходимый для восприятия и осмысления информационных процессов в органах государственной власти и управления, общественно-политических организациях и движениях.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.30.

Изучение данной дисциплины опирается на знания в области рекламы и связей с общественностью. Она является логическим дополнением ранее изучаемых дисциплин: «Основы теории коммуникации», «Коммуникация в сфере PR», «История», «Экономика», «Социология».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общепрофессиональные:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

профессиональные:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области социальной, государственной, коммерческой, общественной рекламы и в средствах массовой информации (ПКВ-2).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- навыки работы в отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы государственных и муниципальных структур;
- способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения;
- принципы и технологии взаимодействия со средствами массовой информации, гражданами, политическими партиями и общественными организациями;

Уметь:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- анализировать общественное мнение, выявлять массовые настроения; объяснять и доносить до общественности сущность принимаемых решений;
- собирать, оценивать информацию, формировать коммуникативное пространство;

Владеть:

- технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;
- навыками формирования и продвижения имиджа органов власти и руководителей;
- навыками разработки и реализации PR-проектов и программ.

4. Общий объем дисциплины: 5 з. е. (180 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.31 «ИМИДЖ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ, КОММЕРЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ, ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование знаний и умений в области основных концепций и методов разработки рекламной и имиджей продукции в коммуникационном процессе, организации и проведения кампаний по организационному имиджу, а также контроля их эффективности.

Задачи курса:

- объяснить студентам сущность имиджа государственных, коммерческих и общественных организаций;
- проанализировать факторы формирования позитивного имиджа государственного и муниципального служащего;
- изучить особенности влияния средств массовой информации на имидж государственной, коммерческой и общественной организации;
- обучить студентов навыкам исследования факторов формирования имиджа среди целевых аудиторий;
- обучить студентов навыкам оценки состояния организационного имиджа.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.31.

Изучение дисциплины опирается на знания в области рекламы и связей с общественностью. Она является логическим дополнением ранее изучаемых дисциплин: «Реклама в коммуникационном процессе», «Социологии массовых коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общепрофессиональные:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

профессиональные:

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основные функции рекламы и связей с общественностью в социально экономических структурах;
- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- факторы формирования позитивного имиджа в государственной, коммерческой и социальной сфере;
- методы имиджирования организаций в соответствующих государственных, коммерческих и социальных сферах.

Уметь:

- осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью;
- создавать специальные мероприятия и продвигать их средствами пиара среди целевых аудиторий;
- обосновать целесообразность использования средств пиара, массовой информации, организационной культуры, в коммерческой сфере, общественных орг. государственной и муниципальной службы;
- использовать методы и инструменты конструирования имиджа предприятия и социальной организации;
- планировать подготовку и проведение коммуникационных кампаний и мероприятий;
- проводить со средствами массовой коммуникации имиджевые компании для различных типов организаций и предприятий.

Владеть:

- основными средствами продвижение государственных коммерческих и общественных организаций;
- навыками проведения имиджевых компаний средствами связей с общественностью и рекламы;
- категориальным аппаратом теории и практики в сфере имиджевых технологий.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, контролируемую самостоятельную работу (разработка проектов), самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: в форме экзамена в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.32 «ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – знакомство с одним из этапов разработки рекламной кампании, с основными аспектами медиапланирования, отечественным и зарубежным опытом в этой области, а также с проблемами создания эффективных планов размещения рекламы в различных СМИ и других каналах распространения.

Задачи дисциплины:

- освоение основных параметров медиаанализа и медиапланирования;
- практическое использование критериев выбора рекламоносителя;
- получение студентами навыков составления медиаплана, оценки его эффективности.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.32.

Изучение дисциплины опирается на знания в области рекламы и связей с общественностью. Она является логическим дополнением ранее изучаемых дисциплин: «Теория и практика массовой информации», «Основы маркетинга», «Основы интегрированных коммуникаций» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общепрофессиональные:

– умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

профессиональные:

– способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

– способность квалифицированно использовать знания в области профессиональной рекламной деятельности (ПКВ-4).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- задачи, цели проведения, возможности медиапланирования;
- составляющие рекламного процесса и программу подготовки рекламной кампании, методы исследования аудитории прессы и наружной рекламы;
- приемы и принципы составления медиаплана.

Уметь:

- составлять медиаплан на основе проведенных исследований по заданным параметрам;
- осуществлять медиапланирование рекламных кампаний на основе маркетинговых и социологических исследований;
- осуществлять методологически обоснованный сбор информации.

Владеть:

- соответствующими навыками обработки информации при подготовке медиаплана
- методикой и навыками составления медиаплана.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации;

6. Виды и формы промежуточной аттестации: в форме экзамена в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.33 «РИТОРИКА»

Кафедра литературы

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование навыков общения в определенном профессиональном коллективе, а также коммуникативных умений, которые обеспечивают решение задач, составляющих суть той или иной профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- овладение риторическими знаниями о сути, правилах и нормах общения, о требованиях к речевому поведению в различных коммуникативно-речевых ситуациях;
- овладение коммуникативно-речевыми (риторическими) умениями;
- осознание специфики педагогического общения, особенностей коммуникативно-речевых ситуаций, характерных для профессиональной деятельности учителя;
- овладение умением решать коммуникативные и речевые задачи в конкретной ситуации общения;
- овладение опытом анализа и создания профессионально значимых типов высказываний;
- развитие творчески активной речевой личности, умеющей применять полученные знания и сформированные умения в новых постоянно меняющихся условиях проявления той или иной коммуникативной ситуации, способной искать и находить собственное решение многообразных профессиональных задач;
- познание студентами сути речевого идеала как компонента культуры и педагогического речевого идеала как образца педагогического общения.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.33.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей **общекультурной компетенции:**

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- правила и нормы общения, требования к речевому поведению в различных коммуникативно-речевых ситуациях;
- риторический канон, правила аргументации.

Уметь:

- обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и выбирать пути их достижения;
- логически верно строить устную и письменную речь;
- находить, анализировать и контекстно обрабатывать информацию, необходимую для решения профессиональных задач.

Владеть:

- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- основами речевой профессиональной культуры;
- навыками публичной речи, ведения дискуссии и полемики;
- навыками подготовки и редактирования текстов профессионального и социально значимого содержания;
- умением решать коммуникативные и речевые задачи в конкретной ситуации общения;
- опытом анализа и создания профессионально значимых типов высказываний.

4. Общий объем дисциплины: 4 з. е. (144 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: экзамен в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.34 «ПОЛИТОЛОГИЯ»

Кафедра философии

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – теоретико-методологическая и практическая подготовка студентов для системного понимания проблем и закономерностей политики и политических процессов, механизмов трансформации политических систем и государственной власти в современном обществе и глобальном мире.

Задачи дисциплины:

- усвоить основные понятия и базовое системное знание о теории и практике политики;
- сформировать представление об основных этапах развития политической науки;
- ознакомиться с методологией и методами политологического анализа;
- понимать ключевые политические ценности и ориентироваться в современных политологических концепциях;
- уметь объяснять политическую действительность, характеризовать и оценивать интересы, отношения, цели и действия субъектов политики;
- концептуализировать и структурировать политические реалии;
- овладеть навыками использования политологического знания в будущей профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.34

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины способствует формированию у обучающихся следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основные этапы развития политических идей; сущность и функции политики; знать основные понятия и современные политические теории;
- структуру политических институтов, теории и механизмы политической власти и политических систем; сущность государства и деятельность его систем: властных, контрольно-надзорных, защитных
- основы современных политических технологий, способы управления и урегулирования политических конфликтов
- субъекты и объекты политики в современном обществе, понимать их роль в общественной жизни и формировании общественного мнения;
- природу и механизм взаимодействия гражданского общества и государства; их роль в электоральном процессе.

Уметь:

- уметь объяснять политическую действительность, анализировать политическую реальность в современном мире;
- использовать политические знания для развития культуры мышления, способности к обобщению и анализу информации, для формирования гражданской позиции
- применять методологию и методы политологического знания при решении социальных и организационно-управленческих задач в сфере рекламы и связи с общественностью;
- использовать основные положения политологии в процессе профессионального саморазвития.

Владеть:

- понятиями и категориальным аппаратом политической науки; навыками анализа теорий и исследования основных политических процессов;
- методами политологического анализа и способами интерпретации и прогнозирования социальных, экономических и геополитических процессов в современном глобальном мире;
- методами политологического анализа общественно-политической реальности;
- способами интерпретации и прогнозирования социально-политических и геополитических процессов в современном глобальном мире.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.01 «ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов целостной и внутренне взаимосвязанной системы представлений о деятельности в области связей с общественностью, ее предмете, базовых процессах и технологиях, роли и месте связей с общественностью в кругу дисциплин коммуникационного цикла, сферах вовлеченности, субъектах данной деятельности, их функциях.

Задачи дисциплины:

- изучить становления и развития связей с общественностью как практической деятельности и научного знания;
- сформировать у студентов представления о PR как о профессии, овладение терминологией и понятийным аппаратом;
- сформировать у студентов представлений о правовом регулировании деятельности в сфере связей с общественностью, профессиональных, этических нормах, традициях и морали;
- ознакомить с организацией PR-деятельности, работе с общественным мнением, классификацией и составляющими внешней общественности;
- уяснить профессионально технологические особенности связей с общественностью: лоббирование, кризисный PR, консалтинг; организация и планирование PR-кампаний; PR стратегии и PR-проект;
- пробудить интерес студентов к профессии, изучению состава и структуры PR-мероприятий и документов, основ проведения исследований в сфере связей с общественностью;
- использовать интерактивные формы обучения как основу решения проблемы мотивации студентов к самостоятельному, инициативному и творческому освоению учебного материала в процессе познавательной деятельности;
- сформировать базовые навыки бренд-менеджмента и медиапланирования, умения использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и вне кабинетных исследований.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Данная дисциплина относится к числу обязательных дисциплин вариативной части.
Шифр дисциплины – Б1.В.01.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

профессиональные:

– владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

– способностью организовывать производство, подготовку к выпуску и распространение рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды, а также с учетом возможностей традиционных и современных рекламных технологий (ПКВ-1);

– способностью под контролем осуществлять мероприятия в рекламной сфере (ПКВ-3);

– способностью квалифицированно использовать знания в области профессиональной рекламной деятельности (ПКВ-4);

– способностью под контролем осуществлять производство, подготовку к выпуску и распространение рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды (ПКВ-6).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

– истоки, сущность и специфику профессии, важнейшие социальные роли специалиста по СО, профессиограмму, особенности необходимых личностных и профессиональных качеств;

– разнообразные типы и виды рекламной продукции, способы создания и распространения;

– сущность и специфику мероприятий в рекламной сфере;

– технологии выпуска и распространения рекламной продукции.

Уметь:

– решать задачи, связанные подготовкой к выпуску и распространением рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды, а также с учетом возможностей традиционных и современных рекламных технологий;

– осуществлять мероприятия в рекламной сфере, при наличии системы контроля;

– использовать знания в области профессиональной рекламной деятельности;

– решать задачи, связанные с производством, подготовкой к выпускам и распространением рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды.

Владеть:

– способами подготовки к выпуску и распространению рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды, а также с учетом возможностей традиционных и современных рекламных технологий;

– технологиями осуществления мероприятий в рекламной сфере;

– технологиями квалифицированного использования знаний в области профессиональной рекламной деятельности;

– способами производства, подготовки к выпуску и распространению рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачёт в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.02 «СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ»**

Кафедра русского языка и русского языка как иностранного

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – ознакомление студентов с общетеоретическими вопросами стилистики и литературного редактирования и выработка практических навыков работы с конкретным текстом.

Задачи дисциплины:

- ознакомление студентов с основным кругом стилистических категорий, с методом стилистического анализа;
- раскрытие стилистических особенностей функциональных стилей русского языка;
- выработка у студентов умения добиваться наибольшего соответствия формы и содержания текста, улучшения его композиционного построения, логической четкости, точного лексико-стилистического оформления текста;
- формирование и развитие умения извлекать основную информацию из текста и излагать ее в соответствии с принципами определенной модели (жанра) письменной и устной коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Данная дисциплина относится к числу обязательных дисциплин вариативной части.
Шифр дисциплины – Б1.В.02.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

общепрофессиональные:

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

профессиональные:

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- принципы и методы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью;
- принципы литературного редактирования, копирайтинга.

Уметь:

- осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- создавать тексты рекламы и связей с общественностью;
- редактировать тексты, осуществлять копирайтинг.

Владеть:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью;
- навыками литературного редактирования, копирайтинга.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточного контроля: зачет в письменной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.03 «ОСНОВЫ РЕЖИССУРЫ И АКТЕРСКОГО МАСТЕРСТВА»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины – овладение теоретическими знаниями и практическими навыками постановочной работы: освоение основных законов режиссуры; специфических особенностей режиссуры по организации связей с общественностью; умение практически реализовывать режиссерский замысел в условиях различных социально-культурных учреждений и специальных площадок.

Задачи дисциплины:

- развитие навыков режиссуры по организации связей с общественностью на различных специальных площадках, что позволит студентам более предметно увидеть возможности и последствия применения тех или иных PR-технологий;
- развитие способности аналитической деятельности, позволяющей выявить специфику особенностей режиссуры в применении ее к PR-деятельности;
- формирование творческих навыков исполнительской работы, освоение элементов актерского мастерства в различных формах и жанрах (имиджмейкерство, спичрайтерство, презентация, публичное выступление, рекламная деятельность и т.п.)
- получение опыта применения знаний для развития личностных и профессиональных качеств PR-специалиста.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Относится к числу обязательных дисциплин вариативной части. Шифр дисциплины – Б1.В.03.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общекультурные:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

профессиональные:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основные законы режиссуры;
- основные методы и технологии PR, жанры, виды, приемы рекламирования, а также специфику их применения с точки зрения основ режиссуры и актерского мастерства;
- персоналии выдающихся деятелей режиссуры, театрального мастерства, PR и рекламы XX – XXI вв.;
- специфику применения тех или иных форм и методов связей с общественностью в работе с малыми коллективами;

– культурную специфику применения тех или иных форм и методов связей с общественностью и рекламы.

Уметь:

- реализовать свои исполнительские навыки в упражнениях, этюдах, представлениях;
- осуществлять рекламные информационные и пропагандистские компании и мероприятия;
- осуществлять рекламные информационные и пропагандистские компании и мероприятия.

Владеть:

- способами реализации своих организаторских и исполнительских навыков в работе с малыми коллективами;
- основами речи, ее видами, правилами речевого этикета и ведения диалога, законами композиции и стиля, приемами убеждения;
- способами проектирования в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечения средств и методов по реализации проектов, организации работы проектных команд.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.04 «ИСТОРИЯ МИРОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСКУССТВА»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – знакомство с репрезентативной выборкой наиболее значимых произведений XIX – первых десятилетий XXI веков послужит основанием: для упрочения историко-типологических представлений о мировом культурном процессе, связанном с ведущими и новообразовавшимися системами художественного мышления и, соответственно, с художественными стилями; для свободной ориентации молодых людей в мировом культурном пространстве, что в немалой степени поможет им органично ощущать себя в современном глобальном социуме, выстраивать многообразные с ним отношения, а отсюда укреплению профессиональной компетентности будущего специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью – как «человека коммуникативно-грамотного, коммуникативно-ориентированного и коммуникативно-мыслящего», подготовленного к «любой встрече с другим»; для подтверждения/или трансформации шкалы культурных приоритетов и ценностей молодых людей; для дальнейшего развития таких необходимых будущему рекламисту и PR-специалисту способностей, как «отработка смыслов, шлифовка языка, невероятный акцент на качество высказывания», позиционирующих его человеком думающим и пишущим.

Задачи дисциплины:

- способность обосновать место и роль знаний в области истории мировой литературы и искусства в профессиональном багаже специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью;
- укрепление навыков академического обсуждения литературных текстов и тем, затронутых на лекциях;

- использование медленного, построчного чтения «трудных» текстов, а также опыта коллективного анализа отдельных отрывков произведений, обсуждавшихся на лекциях;
- обращение к многомерному подходу к литературному тексту как в контексте эпохи в целом, так и в отношении непосредственных социополитических условий его бытования;
- способность быстрого освоения текстов большого объема и навыки анализа их структуры (композиция, сквозные мотивы);
- осознанное обращение с инструментарием формального анализа литературного произведения;
- апеллирование к основным техникам понимания и интерпретации литературных текстов;
- продолжающееся внимание к генеалогии литературных форм и их античной предыстории, широкому типологическому охвату явлений письменной и устной культуры.
- сохранение комфортных условий для обмена мнениями;
- продолжать служить форумом для обсуждения эссе студентов.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Данная дисциплина относится к числу обязательных дисциплин вариативной части. Шифр дисциплины – Б1.В.04.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные подходы к изучению изображения человека в зарубежной и русской литературе;
- основы теоретического и историко-культурного анализа произведения искусства.

Уметь:

- отразить в концепте творческого проекта основные подходы к изучению изображения человека в зарубежной и русской литературе;
- адекватно понимать, корректно анализировать, комментировать и интерпретировать прочитанный художественный текст, устанавливать связи между текстом и историко-культурологическим контекстом;
- применить сформированные на занятиях по литературе умения и навыки работы с информацией в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Владеть:

- навыками использования современного знания о литературе и ведущих направлениях гуманитарного знания (концепций и инструментария) в сфере рекламы и связей с общественностью;
- способностью реализовать современное знание о литературе в практической инновационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

4. Общий объём дисциплины: 4 з. е. (144 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: в форме зачета в письменной форме и в форме экзамена в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.05 «ОСНОВЫ РЕПУТАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА»**

Кафедра экономики и управления на предприятии

1. Цель дисциплины и задачи дисциплины

Цель дисциплины – сформировать представление о сущности формирования делового имиджа компании, как универсальной деятельности по изучению и проектированию репутационной политики, а также технологий создания и управления корпоративной репутации, как концепции управления посредством коммуникационных моделей и технологий.

Задачи дисциплины:

- изучить объект и предмет репутационного менеджмента, его основные принципы и функции;
- показать многообразие видов современного репутационного менеджмента, отразить их специфику;
- проводить репутационный аудит организации;
- освоить практические навыки формирования рекламных и PR- программ формирования имиджа;
- запускать и обеспечивать сопровождение стратегии управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- управлять репутацией первого лица организации;
- формировать имидж и репутацию территории (города, края / области, региона).

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Данная дисциплина относится к числу обязательных дисциплин вариативной части.
Шифр дисциплины – Б1.В.05.

3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области социальной, государственной, коммерческой, общественной рекламы и в средствах массовой информации (ПКВ-2);
- владением умениями и навыками профессиональной деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПКВ-5).

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. 72 часа.

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.06 «ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ»

Кафедра физической культуры

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование физической культуры личности и способности направленного использования различных средств и методов физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной роли физической культуры в развитии личности и подготовки к будущей профессиональной деятельности;
- научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовки, определяющей психофизическую готовность студента к будущей профессии;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для формирования социально-профессиональной компетенции.
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Данная дисциплина относится к числу обязательных дисциплин вариативной части.
Шифр дисциплины – Б1.В.06.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» направлен на формирование следующей **общекультурной компетенции**:

- способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

Знать:

- теоретические и методические основы физической культуры и здорового образа жизни;
- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактике профессиональных заболеваний и вредных привычек;
- методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
- основные требования к планированию индивидуальных занятий различной целевой направленности.

Уметь:

- применять теоретические знания при организации самостоятельных и учебно-тренировочных занятий;
- подбирать средства и методы тренировки;

- пользоваться педагогическими, медико-биологическими и психофизиологическими методами восстановления и релаксации;
- использовать в занятиях данные медицинского обследования и педагогического контроля.

Владеть:

- способностью использовать приобретенные знания и умения в учебных занятиях и самостоятельных занятиях;
- методикой построения учебно-тренировочных занятий, анализом контроля и оценкой физической нагрузки с целью повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья;
- системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности;
- навыками организации спортивно-массовых соревнований;
- средствами и методами для подготовки к будущей профессиональной деятельности и службе в Вооруженных Силах Российской Федерации.

4. Общий объём дисциплины: 328 часов.

5. Дополнительная информация

Учебный процесс обеспечивается спортивным инвентарем и оборудованием, необходимым для проведения практических занятий по физической культуре.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: в форме зачета (сдача нормативов, устное собеседование).

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.01.01 «ИСТОРИЯ МИРОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ»**

Кафедра литературы

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – знакомство с репрезентативной выборкой наиболее значимых произведений словесного творчества от древних эпох до первых десятилетий XXI века послужит основанием: для формирования историко-типологических представлений о мировом культурном процессе, связанном с ведущими системами художественного мышления и, соответственно, с художественными стилями; для свободной ориентации молодых людей в мировом культурном пространстве, что в немалой степени поможет им органично ощущать себя в современном мировом социуме, выстраивать многообразные с ним отношения, а отсюда укреплению профессиональной компетентности будущего специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью – как «человека коммуникативно-грамотного, коммуникативно-ориентированного и коммуникативно-мыслящего», подготовленного к «любой встрече с другим»; для определения шкалы культурных приоритетов и ценностей молодых людей; для формирования таких необходимых будущему рекламисту и PR-специалисту способностей, как «отработка смыслов, шлифовка языка, невероятный акцент на качество высказывания», делающих его человеком думающим и пишущим.

Задачи:

- способность обосновать место и роль знаний в области истории мировой литературы и искусства в профессиональном багаже специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью;
- привитие навыков академического обсуждения литературных текстов и тем, затронутых на лекциях;

- использование медленного, построчного чтения «трудных» текстов, а также опыта коллективного анализа отдельных отрывков произведений, обсуждавшихся на лекциях;
- многомерный подход к литературному тексту как в контексте эпохи в целом, так и в отношении непосредственных социополитических условий его бытования;
- овладение инструментарием формального анализа литературного произведения;
- знакомство с основными техниками понимания и интерпретации литературных текстов;
- внимание к генеалогии литературных форм и их античной предыстории, широкому типологическому охвату явлений письменной и устной культуры.
- создание комфортных условий для обмена мнениями;
- служить форумом для обсуждения эссе студентов.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.01.02) базового учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

общепрофессиональные:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

профессиональные:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные подходы к изучению изображения человека в зарубежной и русской литературе, включая компаративистский метод, подвигающий к прочтению произведений сквозь призму межличностного и межкультурного взаимодействия стран и народов;
- основы теоретического и историко-культурного анализа произведения искусства;
- современные подходы к изучению текста, основную терминологию, основные литературные направления и стили.

Уметь:

- отразить в концепте творческого проекта основные подходы к изучению изображения человека в зарубежной и русской литературе;
- адекватно понимать, корректно анализировать, комментировать и интерпретировать прочитанный художественный текст, устанавливать связи между текстом и историко-культурологическим контекстом;
- применить сформированные на занятиях по литературе умения и навыки работы с информацией в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Владеть:

- навыками использования современного знания о литературе и ведущих направлениях гуманитарного знания (концепций и инструментария) в сфере рекламы и связей с общественностью;
- способностью реализовать современное знание о литературе в практической инновационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- приобрести опыт корректного изложения прочитанного, историко-культурологического комментария художественного текста.

4. Общий объём дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции (в том числе лекции-презентации), практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в письменной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.01.02 «ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА ДРЕВНИХ ЭПОХ,
СРЕДНЕВЕКОВЬЯ И ВОЗРОЖДЕНИЯ»**

Кафедра литературы

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – знакомство с репрезентативной выборкой наиболее значимых произведений словесного творчества указанного периода послужит основанием: для формирования историко-типологических представлений о мировом культурном процессе, связанном с ведущими системами художественного мышления и, соответственно, с художественными стилями; для свободной ориентации молодых людей в мировом культурном пространстве, что в немалой степени поможет им органично ощущать себя в современном мировом социуме, выстраивать многообразные с ним отношения, а отсюда укреплению профессиональной компетентности будущего специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью – как «человека коммуникативно-грамотного, коммуникативно-ориентированного и коммуникативно-мыслящего», подготовленного к «любой встрече с другим»; для определения шкалы культурных приоритетов и ценностей молодых людей; для формирования таких необходимых будущему рекламисту и PR-специалисту способностей, как «отработка смыслов, шлифовка языка, невероятный акцент на качество высказывания», делающих его человеком думающим и пишущим.

Задачи:

- способность обосновать место и роль знаний в области истории мировой литературы и искусства в профессиональном багаже специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью;
- привитие навыков академического обсуждения литературных текстов и тем, затронутых на лекциях;
- использование медленного, построчного чтения «трудных» текстов, а также опыта коллективного анализа отдельных отрывков произведений, обсуждавшихся на лекциях;
- многомерный подход к литературному тексту как в контексте эпохи в целом, так и в отношении непосредственных социополитических условий его бытования;
- овладение инструментарием формального анализа литературного произведения;
- знакомство с основными техниками понимания и интерпретации литературных текстов;
- внимание к генеалогии литературных форм и их античной предыстории, широкому типологическому охвату явлений письменной и устной культуры;
- создание комфортных условий для обмена мнениями;
- служить форумом для обсуждения эссе студентов.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.01.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

– способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

общепрофессиональные:

– владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

профессиональные:

– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

– основные подходы к изучению изображения человека в зарубежной и русской литературе, включая компаративистский метод, подвигающий к прочтению произведений сквозь призму межличностного и межкультурного взаимодействия стран и народов;
– основы теоретического и историко-культурного анализа произведения искусства;
– современные подходы к изучению текста, основную терминологию, основные литературные направления и стили.

Уметь:

– отразить в концепте творческого проекта основные подходы к изучению изображения человека в зарубежной и русской литературе;
– адекватно понимать, корректно анализировать, комментировать и интерпретировать прочитанный художественный текст, устанавливать связи между текстом и историко-культурологическим контекстом;
– применить сформированные на занятиях по литературе умения и навыки работы с информацией в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Владеть:

– навыками использования современного знания о литературе и ведущих направлениях гуманитарного знания (концепций и инструментария) в сфере рекламы и связей с общественностью;
– способностью реализовать современное знание о литературе в практической инновационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
– приобрести опыт корректного изложения прочитанного, историко-культурологического комментария художественного текста.

4. Общий объём дисциплины: 2 з. е. (72 часа)

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции (в том числе лекции-презентации), практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в письменной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.02.01 «НАПРАВЛЕНИЯ И ЖАНРЫ ЗАРУБЕЖНОЙ
ЛИТЕРАТУРЫ И ИСКУССТВА»**

Кафедра литературы

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – знакомство с репрезентативной выборкой наиболее значимых произведений западноевропейской литературы и искусства XVII-XVIII веков разных направлений (классицизм, сентиментализм, романтизм) и жанров (литературных, музыкальных, архитектурных, изобразительных) послужит основанием: для формирования историко-типологических представлений о мировом культурном процессе, связанном с ведущими системами художественного мышления и, соответственно, с художественными стилями; для свободной ориентации молодых людей в мировом культурном пространстве, что в немалой степени поможет им органично ощущать себя в современном мировом социуме, выстраивать многообразные с ним отношения, а отсюда укреплению профессиональной компетентности будущего специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью, как «человека коммуникативно-грамотного, коммуникативно-ориентированного и коммуникативно-мыслящего», подготовленного к «любой встрече с другим»; для определения шкалы культурных приоритетов и ценностей молодых людей; для формирования таких необходимых будущему рекламисту и PR-специалисту способностей, как «отработка смыслов, шлифовка языка, невероятный акцент на качество высказывания», делающих его человеком думающим и пишущим.

Задачи:

- способность обосновать место и роль знаний в области истории мировой литературы и искусства в профессиональном багаже специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью;
- привитие навыков академического обсуждения литературных текстов и тем, затронутых на лекциях;
- использование медленного, построчного чтения «трудных» текстов, а также опыта коллективного анализа отдельных отрывков произведений, обсуждавшихся на лекциях;
- многомерный подход к литературному тексту как в культурном контексте эпохи в целом, так и в отношении непосредственных социополитических условий его бытования;
- овладение инструментарием формального анализа литературного произведения;
- знакомство с основными техниками понимания и интерпретации литературных текстов;
- внимание к генеалогии литературных форм и их античной предыстории, широкому типологическому охвату явлений письменной и устной культуры.
- создание комфортных условий для обмена мнениями;
- служить форумом для обсуждения эссе студентов.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.02.01) базового учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

общепрофессиональные:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

профессиональные:

– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные подходы к изучению изображения человека в зарубежной и русской литературе через призму исторического развития общества;
- основы теоретического и историко-культурного анализа произведения искусства;
- современные подходы к изучению текста, основную терминологию, основные литературные направления и стили.

Уметь:

- отразить в концепте творческого проекта основные подходы к изучению изображения человека в зарубежной и русской литературе;
- адекватно понимать, корректно анализировать, комментировать и интерпретировать прочитанный художественный текст, устанавливать связи между текстом и историко-культурологическим контекстом;
- применить сформированные на занятиях по литературе умения и навыки работы с информацией в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Владеть:

- навыками использования современного знания о литературе и ведущих направлениях гуманитарного знания (концепций и инструментария) в сфере рекламы и связей с общественностью;
- способностью реализовать современное знание о литературе в практической инновационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- приобрести опыт корректного изложения прочитанного, историко-культурологического комментария к художественному тексту;
- навыками творческой, исследовательской работы в малом коллективе (студенческой подгруппе).

4. Общий объём дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции (в том числе лекции-презентации), практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в письменной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02 «ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики**1. Цель и задачи дисциплины**

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов представления об особенностях и закономерностях становления и развития СМИ на разных этапах исторического, культурного и политического развития стран.

Задачи:

- изучение основных закономерностей исторического развития западных и отечественных СМИ;
- развитие способности аналитической деятельности, позволяющей выявить закономерности развития коммуникационных процессов в мире, оценить их современный уровень и выявить тенденции их дальнейшей эволюции;

– получение опыта применения знаний для развития личностных и профессиональных качеств специалиста.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.02.02) базового учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

– способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

профессиональные:

– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основную проблематику и этапы становления и развития журналистики;
- особенности процессов влияния на журналистику со стороны власти, формы, ограничивающие ее свободу (цензурные и иные);
- особенности аудитории на различных исторических этапах существования отечественных и зарубежных СМИ.

Уметь:

- анализировать основные особенности, приемы и проблематику журналистских произведений того или иного периода;
- анализировать и проводить аналогии между особенностями журналистской деятельности в прошлом и в настоящем.

Владеть:

- способностью оценивать эффективность тех или иных приемов журналистской деятельности в зависимости от исторических реалий;
- способностью организовывать работу малых коллективов.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации;

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 «АНАЛИЗ ДАННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – познакомить студентов с методами сбора, обработки и анализа социологических данных, раскрыть содержание основных понятий, инструментов и прикладных программ, которые используются в современной социологии.

Задачи курса:

– сформировать у студентов развернутое представление об основах методах социологии применимых к исследованию массовой коммуникации;

- научить обучающихся понимать социологическую информацию в сфере массовой коммуникации;
- научить студентов составлять выборку ставить задачи социологического исследования выбирать методы сбора и обработки данных, оценивать результаты исследования;
- сформировать у обучающихся прикладные навыки социологического изучения потребительских интересов, каналов средств массовой коммуникации их аудиторий.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.03.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основные принципы, технологии и методы проведения проектной деятельности в сфере связей с общественностью;
- основные программы и ресурсы для обработки проектной и исследовательской информации;
- основные этапы, методы сбора, обработки и анализа социологических данных.

Уметь:

- создавать коммуникационные сообщения в рамках коммуникационных проектов;
 - решать задачи, связанные с практическим осуществлением проектной деятельности в сфере связей с общественностью;
 - организовывать и проводить социологические исследования;
- анализировать результаты социологических исследований и прогнозировать тенденции поведения аудиторий на основе социологических данных.

Владеть:

- созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры проекта обеспечением эффективной внутренней и внешней коммуникации в рамках проектной деятельности организации;
- методами опроса и сбора социологической информации в сфере массовых коммуникаций;
- разработкой программы и методами прикладного социологического исследования.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.03.02 «ПОЛИТИЧЕСКОЕ УСТРОЙСТВО СОВРЕМЕННОГО МИРА:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления об особенностях и закономерностях политическое устройство современного мира, его проблемах и перспективах.

Задачи курса:

- развитие самостоятельности мышления и выработка собственной позиции в сложных и противоречивых процессах современного политического устройства мира;
- формирование навыков получения, обобщения и анализа политической информации;
- выработка умения видеть трансформацию политических норм, институтов и организаций в процессе гуманизации и демократизации общества, проблемы, и противоречия в процессе политической социализации личности на современном этапе развития мирового сообщества.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.03.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Курс читается с учетом межпредметных связей с такими дисциплинами, как «Основы теории коммуникации», «Политология».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

профессиональные:

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- содержание понятия политическая система государства;
- функции и назначение основных государственных институтов;
- основные интеграционные объединения современного мира;
- специфику проведения социологических исследований.

Уметь:

- проводить сравнительные характеристики политического устройства стран современного мира, приводя при этом грамотную аргументацию;
- грамотно анализировать источники политической информации;
- проводить социологические исследования и анализировать их итоги.

Владеть:

- навыками анализа текущих событий и явлений политической жизни, политического исследования макро- и микросоциальной среды;
- навыками интерпретации и прогнозирования социально-политических и геополитических процессов в современном глобальном мире.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации;

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.04.01 «ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления о становлении и развитии коммуникационных процессов с момента зарождения человечества до настоящего времени.

Задачи курса:

- развитие навыков анализа многочисленных и многообразных исторических примеров, что позволит студентам более предметно увидеть возможности и последствия применения тех или иных PR-технологий;
- развитие способности аналитической деятельности, позволяющей выявить закономерности развития коммуникационных процессов в мире, оценить их современный уровень и выявить тенденции их дальнейшей эволюции;
- формирование творческих навыков в выборе алгоритма действия в различных ситуациях на основе анализа многочисленных исторических примеров PR-кампаний;
- получение опыта применения знаний для развития личностных и профессиональных качеств специалиста.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.04.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

профессиональные:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основные этапы развития связей с общественностью и рекламных коммуникаций в человеческой истории;
- основные методы и технологии PR, жанры, виды, приемы рекламирования, а также специфику их применения в каждую историческую эпоху;
- персоналии выдающихся деятелей PR и рекламы XX–XXI веков;
- основные методы и технологии PR, жанры, виды, приемы рекламирования, а также специфику их применения в каждую историческую эпоху.

Уметь:

- соотносить разнообразные приемы PR и рекламы в соответствии с историческим периодом их возникновения;

– анализировать и проводить аналогии между особенностями связей с общественностью в прошлом и в настоящем.

Владеть:

– способностью оценивать эффективность тех или иных приемов PR и рекламирования в зависимости от исторических реалий;

– аргументацией в объяснении спорных, неоднозначных позиций в социальном поведении PR-специалиста;

– способностью организовывать работу малых коллективов.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации;

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.04.02 «СОЦИАЛЬНЫЕ PR-ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СПОРТА»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов целостного представления об особенностях и закономерностях использования социальных PR-технологий в сфере профессионального спорта.

Задачи дисциплины:

– помочь формированию представления о значимости использования социальных PR-технологий в сфере профессионального спорта;

– изучить особенности использования PR-технологий в спортивной сфере;

– ознакомить с видами и практикой применения социальных технологий в спортивной сфере;

– изучить конкретные области и методы использования социальных технологий в сфере профессионального спорта.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.04.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Курс читается с учетом межпредметных связей с такими дисциплинами, как «Основы теории коммуникации», «Социальные PR-технологии» является фундаментом для дальнейшей профессиональной подготовки специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

– владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- виды социальных технологий в спортивной сфере;
- особенности использования PR-технологий в спортивной сфере;

Уметь:

- решать задачи, связанные с практическим применением знаний из области связей с общественностью в спортивной сфере;
- эффективно использовать PR-технологий в спортивной сфере;

Владеть:

- способностью организовывать работу малых коллективов;
- навыками подготовки проектной PR-документации в сфере профессионального спорта;
- способами применения методов PR в сфере профессионального спорта;
- основными принципами, формами и методами PR-деятельности в спортивной сфере.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.05.01 «СОЦИАЛЬНЫЕ PR-ТЕХНОЛОГИИ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – показать студентам место и роль социальной сферы в деятельности современного PR-специалиста, а также освоить практические навыки по использованию социальных технологий в связях с общественностью.

Задачи курса:

- познакомить студентов с основными понятиями и предметом социальных PR-технологий;
- дать возможность студентам свободно ориентироваться в основных подходах к социальным процессам, сферах вовлеченности и субъектах PR-деятельности данного направления;
- помочь студентам освоить методы сбора и обработки актуальной социальной информации применительно к разработке PR-проектов;
- развить у студентов умения использовать теорию и практику социальных инструментов и методов, используемых в связях с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.05.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общефессиональные:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

профессиональные:

– способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

– способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

– основополагающие понятия и методы работы отделов связи с общественностью и рекламных подразделений;

– функционал и основные навыки работы рекламных агентств и отделов пиара в социально ориентированных организациях.

Уметь:

– работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

– разрабатывать рекламную продукцию и проводить специальные мероприятия по продвижению интересов заказчика;

– создавать коммуникационные сообщения в рамках социальных пиар технологий

– проводить специальные мероприятия и создавать информационные поводы в СМИ в рамках проведения социально ориентированных проектов;

– применять методы связи с общественностью в социальной сфере;

– создавать социально ориентированные проекты и поддерживать их средствами пиара и социальной рекламы.

Владеть:

– прикладными инструментами, методологией и методиками в сфере социальной рекламы и специально ориентированного пиара;

– организационными навыками в проведении рекламных компаний в сфере социальных проектов;

– навыком самостоятельной работы с первоисточниками по связям с общественностью в социальной сфере;

– навыком проведения компаний в сфере социальной рекламы и PR;

– навыками проведения стандартной PR-кампании, и разработки рекламной продукции в социальной сфере.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, контролируемую самостоятельную работу (разработка проектов), самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.05.02 «ЭТИКА КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – ознакомление студентов с профессионально-этическими нормами рекламной и PR-деятельности, репрезентирующих сферу информационно-коммуникационной деятельности, создание представления о месте, которое занимают моральные принципы и ценности в деятельности социального института PR и рекламы; выработка у будущих профессиональных коммуникантов

систематизированного представления о путях формирования и совершенствования законодательных и этических нормативов рекламной и PR-деятельности, что представляет неотъемлемую часть профессионального образования как обязательного условия конкурентоспособности на рынке массовых информационно-коммуникационных процессов.

Задачи:

- выделение этического аспекта рекламной и PR-коммуникации как основного регулятора профессиональной деятельности для рекламистов и PR-специалистов;
- изучение законодательства, касающегося рекламной и PR-коммуникации, в СМИ, в Интернет, при работе со спонсорскими и благотворительными проектами, приеме иностранных делегаций и т. д.;
- понимание «негласных» этических норм взаимодействия рекламистов, PR-специалистов и представителей средств массовой информации, органов государственной власти и управления, негосударственных организаций;
- изучение международных этических норм, принятых в профессиональном сообществе рекламистов и PR-специалистов;
- приобретение и развитие навыков рекламной и PR-коммуникации на основе норм профессиональной этики.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.05.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- суть понятий «миссия компании» и «кодекс корпоративной этики»;
- основы этических норм взаимодействия с различными целевыми аудиториями;
- механизмы «особого доверия» и юридические аспекты «амплитуды» доверительных отношений в PR.

Уметь:

- применять теоретические знания об основах PR-этики в проектной деятельности PR-специалиста;
- строить эффективные коммуникации в социальных сетях с учетом этических норм, принятых в данной коммуникационной среде;
- уметь применять законодательные нормы, регламентирующие деятельность PR-специалиста, в профессиональной деятельности, в том числе анализировать планируемую или осуществленную PR-коммуникацию с точки зрения соблюдения законодательства РФ.

Владеть:

- знаниями основных законодательных и нормативных документов РФ, регламентирующих сферу деятельности PR-специалистов в целом и проектную PR-деятельность в частности;
- способностью предупреждать и эффективно разрешать возникающие конфликтные ситуации с различными целевыми аудиториями;

– стратегически планировать сбор информации и осуществлять его с соблюдением норм профессиональной этики.

4. Общий объём дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.06.01 «ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR, ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – изучение студентами особенностей коммуникативных процессов в политической сфере.

Задачи:

- ознакомить студентов со структурой и основными направлениями PR-деятельности в политической сфере;
- раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения политических PR-кампаний;
- научить студентов применять различные методы решения организационных, медийных и других проблем в ходе проведения политических PR-кампаний.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.06.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В соответствии с требованиями ФГОС ВО (утв. приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 № 997) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **профессиональные компетенции:**

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- навыки работы в отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;
- методики планирования PR-кампаний в политической сфере, во время и вне избирательного процесса и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия по данным направлениям.

Уметь:

- осуществлять под контролем профессиональные функции в области политического PR, средствах массовой информации, экономики, производства, торговли, культуры, спорта, в Интернете и социальных сетях;
- осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль деятельности по связям с общественностью в политической сфере;
- проводить контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках политических PR-кампаний.

Владеть:

- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;
- способами применения методов PR в сфере политике для решения проблем политического управления.

4. Общая трудоемкость дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.06.02 «ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННАЯ КОММУНИКАЦИЯ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – ознакомление студентов-бакалавров с природой и спецификой коммуникации в организациях, системой каналов, форм, средств и инструментов внутриорганизационной коммуникации, основными информационно-коммуникационными проблемами в организациях и способами их решения.

Задачи дисциплины:

- дать представление о предпосылках роста актуальности внутренних коммуникаций и основных тенденциях их развития в мире;
- определить функции внутренних коммуникаций в организации раскрыть основное содержание понятия «корпоративная культура» и дать представление о типах корпоративной культуры;
- раскрыть основное содержание понятия «корпоративные ценности» как основы принятия управленческих решений в организации;
- изучить каналы и инструменты внутренних коммуникаций в организации;
- раскрыть особенности работы с основными инструментами внутренних коммуникаций;
- обсудить лучшие практики внутрикорпоративного PR российских и зарубежных компаний

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.06.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

- владением умениями и навыками профессиональной деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПКВ-5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- содержание информационно-аналитической, обзорной и прогностической работы в сфере рекламных- и PR-коммуникаций; современные инструменты разработки планов, программ и других материалов обзорного, прогнозно-аналитического характера в сфере рекламных- и PR-коммуникаций;
- роль коммуникации в процессе успешного функционирования организации;
- основные подсистемы, каналы, формы, инструменты внутриорганизационной коммуникации и их специфику;
- особенности процесса коммуникации при инициировании и внедрении организационных нововведений;
- основные теории коммуникационного климата внутри организации.

Уметь:

- составлять и описывать модель проведения конкретной информационно-аналитической и прогностической работы; проводить аналитическую обработку текстовой информации по различным параметрам;
- анализировать различные типы организаций и эффективно прогнозировать коммуникационные проблемы в них;
- разрабатывать и реализовывать коммуникативную стратегию организации;
- осуществлять комплексный анализ системы коммуникации в организации, вырабатывать рекомендации по ее оптимизации;
- изменять представления о значении коммуникации в организации с развитием менеджмента.

Владеть:

- навыками подготовки итоговых информационных и аналитических, обзорных и прогностических текстов, а также их редактирования;
- принципами и технологиями активизации внутриорганизационной коммуникации в различных типах организаций;
- современными информационно-коммуникационными технологиями оптимизации внутриорганизационного взаимодействия;
- тактическими и стратегическими приемами преодоления коммуникационных барьеров во внутриорганизационном взаимодействии;
- различными средствами и инструментами для оптимизации внутриорганизационного климата.

4. Общий объём дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.07.01 «КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА»

Кафедра литературы

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – ознакомление студентов с культурологической интерпретацией современного рекламного дискурса.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с основными национальными и интернациональными представлениями о мире и человеке, а также с возможностями отражения этих базовых представлений в рекламном продукте;
- дать понятие «ментального портрета» нации и его региональной специфики, необходимое для создания эффективной рекламы;
- сформировать понимание национально-культурной специфичности рекламы;
- предложить современные методики лингвокультурологической экспертизы рекламного текста.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.07.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

профессиональные:

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- методы сбора и анализа материала в процессе проведения самостоятельного научного медиаисследования;
- специфику национальных, ментальных ценностей и стереотипов, региональных понятий и символов;
- основополагающие понятия национальной культуры и возможности их использования в рекламной деятельности;
- технологии продвижения товаров и услуг с помощью рекламы, основанной на региональной символике;
- основные концепты национальной культуры и региональные символы;
- пути формирования ценностных ориентаций потребителя с помощью рекламы;

Уметь:

- анализировать культурологическую информацию в рекламе;
- продуктивно использовать региональную символику при создании рекламного текста;
- организовать и провести специальные мероприятия в сфере рекламы;

- оценить эффективность рекламной деятельности;
- планировать, организовывать и проводить коммуникационные мероприятия в сфере рекламы;
- осуществлять анализ проведенных рекламных кампаний и мероприятий.

Владеть:

- навыками применения полученных знаний в исследовательской и практической; видах деятельности;
- навыками использования архетипических моделей в рекламной коммуникации;
- навыками оценивания функции культурного концепта в рекламном тексте;
- навыками участия в коллективном проекте, совместной постановки и решения задач.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.07.02 «КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИА»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов знаний, представлений, навыков о принципах создания и функционирования корпоративной прессы, ее месте в структуре рынка журналистских печатных и электронных изданий, роли корпоративной прессы в формировании корпоративной политики, корпоративной философии и корпоративной культуры предприятия (организации).

Задачи:

- изучение предпосылок появления и тенденции развития корпоративных медиа как вида профессиональной деятельности;
- освоение классификации и типологии корпоративных медиа;
- осмысление тематического и жанрового разнообразия корпоративных медиа, технологии и методов создания и ведения медиа, принципов композиционно-графического моделирования корпоративных печатных и электронных изданий;
- овладение основными правилами разработки информационного и мультимедийного наполнения корпоративного сайта;
- знакомство с принципами и правилами выбора типа каналов и средств при создании корпоративного медиа, а также основными возможностями, предоставляемыми редакторами визуального проектирования при создании, оцифровке, обработке и преобразовании графической и текстовой информации.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.07.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

– владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

– способностью квалифицированно использовать знания в области профессиональной рекламной деятельности (ПКВ-4).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

– технологии создания содержательной модели и дизайна корпоративного издания, а также принципы его проектно-документального оформления, включая бизнес-план издания, его креативный бриф и пр.;

– тематическое и жанровое разнообразие корпоративных медиа как действенного фактора эффективного информационного сопровождения коммуникационных кампаний и мероприятий предприятия (организации);

– быть осведомленным в специфике работы редакторов визуального проектирования корпоративных печатных и электронных изданий с целью использования технического и эстетического эффекта их деятельности в совершенствовании рекламных мероприятий организации (предприятия).

Уметь:

– использовать современные технологии, методические приемы и процедуры разработки корпоративных медиа;

– создавать контент и визуальное оформление корпоративного медиа (текстовую информацию, фотографику), способствующие его эффективному использованию в информационном сопровождении коммуникационных кампаний и мероприятий предприятия (организации);

– использовать современные компьютерные технологии для подготовки оригинал-макетов корпоративных печатных изданий с целью активизации профессиональной рекламной деятельности предприятия (организации).

Владеть:

– технологиями и методами создания и ведения медиа;

– основными правилами разработки информационного и мультимедийного наполнения корпоративного сайта как эффективного инструмента подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;

– принципами композиционно-графического моделирования корпоративных печатных изданий как одного из условий эффективной рекламной деятельности предприятия (организации).

4. Общий объём дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.08.01 «ТИПОЛОГИЯ PR-ТЕКСТА»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – ознакомление студентов-бакалавров с PR-текстом как текстом особого типа, системой письменных форм PR-коммуникаций, структурами их жанровых репрезентантов, особенностями создания PR-текстов, приобретение навыков создания PR-контента.

Задачи дисциплины:

- изучение основных понятий, классификации и жанровой типологии PR-текстов;
- формирование представлений о соотношении PR-текстов и текстов смежных коммуникационных сфер (журналистики и рекламы);
- рефлексия корпуса PR-текстов в совокупности их жанровых групп и дефиниций;
- формирование умений и навыков применения на практике полученных знаний в области письменных PR-коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.08.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

профессиональные:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- содержание понятия «PR-текст», варианты типологии PR-текстов, их различия, основные тенденции по изменению форматов PR-текстов;
- особенности работы копирайтера в коммуникационном агентстве, отделах рекламы и связей с общественностью;
- содержание информационно-аналитической, обзорной и прогностической работы в сфере рекламных- и PR-коммуникаций и способы ее отражения в PR-текстах.

Уметь:

- создавать информационные поводы и доводить PR-тексты до публикации;
- составлять рекламные- и PR-тексты в соответствии с концепцией рекламной и PR-кампании (проекта, мероприятия);
- составлять и описывать в соответствующем текстовом PR-формате модель проведения конкретной информационно-аналитической и прогностической работы.

Владеть:

- основами методики написания основных рекламных- и PR-информационных материалов, предназначенных для информирования общественности;
- навыками выпуска пресс-релизов и медиакитов, организации пресс-мероприятий, оценки рынка СМИ, осуществления информационной поддержки мероприятия;

– навыками подготовки итоговых информационных и аналитических, обзорных и прогностических текстов, а также осуществлять их редактирование.

4. Общий объём дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.08.02 «СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – знакомство с коммуникативными компонентами профессиональной деятельности, решение ряда типовых задач профессиональной деятельности, как-то: оценка личных и общественных коммуникационных потребностей; участие в коммуникационной деятельности и межличностном, межгрупповом общении; правильное применение коммуникационных каналов, механизмов социальной коммуникации.

Задачи:

- ознакомить слушателей с историческими вехами возникновения и развития коммуникационных каналов и средств в обществе;
- изучить теории информации и коммуникации с целью выделения из общей теории массовой коммуникации узловых моментов, дающих представление о процессах коммуникации, участниками которых студенты направления «Реклама и связи с общественностью» являются и которые им предстоит выстраивать в профессиональной деятельности;
- изучить типы, виды, функции, формы, модели и структурные компоненты коммуникации;
- освоить процесс информационного и коммуникационного обмена, происходящий в социальных организациях и в обществе в целом, и таким образом уяснить спектр социальных коммуникативных практик и их особенности;
- ознакомить слушателей со спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни, особенностями формирования информационно-коммуникационной культуры, освоения этических норм и методов исследования коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.08.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

профессиональные:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- иметь сформированное представление о ценностных ориентациях коммуникативных практик современного российского общества, способствующее установлению внутренней и внешней коммуникации организации на основах согласия и сотрудничества и вследствие этого осуществлению контроля значимых целей, реализуемых посредством коммуникационных мероприятий организации;
- основы методологии постнеклассической коммуникации, сопряженной с исследованием значений и смыслов современных коммуникативных действий, спроецированных на воспроизводство культурных ценностей, социализацию и социальную интеграцию и обусловленных отходом коммуникативной реальности от «технологического анализа» в сторону ее социокультурных версий.

Уметь:

- достигать существенной эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий, основываясь на современном представлении о коммуникативных практиках как способах развертывания потенциальных возможностей людей, реализации ими своих значимых целей посредством коммуникативного действия;
- уметь выстраивать систему контроля содержания коммуникационных кампаний и мероприятий, руководствуясь осведомленностью о роли и значении коммуникативных моделей практик социализации, проявляющейся в сформированности у человека ценностных ориентаций.

Владеть:

- принципом коммуникативной этики с целью контроля содержания целей, стратегии, планируемых результатов коммуникационных кампаний и мероприятий организаций;
- пониманием коммуникации как совместной деятельности ее участников, наделенных общим (до определенного предела) взглядом на вещи и действия с ними и в соответствии с этим общим мировоззрением осуществлять построение коммуникационной инфраструктуры организации.

4. Общий объём дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.09.01 «ИНФОРМАЦИОННО-ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ И СЕТИ»

Кафедра прикладной информатики в образовании

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – обеспечение достаточного и необходимого уровня изучения принципов обмена данными в глобальной сети Интернет, структуры «Всемирной паутины», логики функционирования информационно-поисковых систем, получение навыков в разработке сетевых приложений с помощью современных инструментальных средств.

Задачи курса:

- изучение студентами теоретических аспектов, основных понятий информационно-поисковых систем;
- изучение студентами языков запросом различных поисковых систем сети интернет;
- выработка навыков работы с современными информационно-поисковыми сетями;
- выработка навыков разработки сетевых приложений.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в вариативную часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.В.ДВ.09.01.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

– способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

общепрофессиональные:

– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

профессиональные:

– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

– основные принципы функционирования поисковых систем
– основные принципы функционирования поисковых систем;
– наиболее известные типовые алгоритмы поиска и методы их реализации с использованием ПК.

Уметь:

– использовать современные информационно-поисковые системы для нахождения требуемой информации в сети Интернет;
– анализировать эффективность их применения
– использовать современные информационно-поисковые системы для нахождения требуемой информации в сети Интернет;
– разрабатывать и включать в информационные системы поисковые модули для нахождения информации, как на стороне сервера, так и на стороне клиента.

Владеть:

– методами и технологиями поиска в интернете
– навыками использования информационно-поисковых систем.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости (подготовка к практическим занятиям), итоговый контроль в форме экзамена.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в виде презентации проекта.

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.09.02 «ИНФОРМАЦИОННАЯ ЛОГИСТИКА»

Кафедра прикладной информатики в образовании

1. Цель и задачи дисциплины

Цели дисциплины – ознакомление студентов с теоретическими и методологическими основами информационной логистики.

Задачи курса:

- изучение теоретических и методических аспектов информационного обеспечения логистического процесса;
- знакомство с практикой и методами организации управления информационными потоками в логистических системах;
- изучение основ функционирования логистических информационных систем;
- овладение техническими навыками, связанными с использованием современных информационно-коммуникационных технологий в логистике.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в вариативную часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.В.ДВ.09.02.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

общепрофессиональные:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

профессиональные:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- базовые понятия информационной логистики их соотношение с соответствующими понятиями логистики;
- принципы формирования логистической информации;
- перспективы развития логистических информационных систем;
- методы анализа и проектирования информационных потоков и требования к их применению в логистических системах.

Уметь:

- проектировать состав и движение логистических информационных потоков;
- формулировать цели и задачи логистической информационной системы;
- применять логистические информационные системы для управления ресурсами организации;
- осуществлять исследование информационных потоков в логистических системах.

Владеть:

- навыками проектирования состава и движения логистических информационных потоков;
- навыками формулирования цели и задач логистической информационной системы;
- навыками поиска и реализации оптимальных путей и способов сбора, обработки, хранения и передачи информации;
- навыками внедрения системы рационального информационного обеспечения логистических процессов.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в виде презентации проекта.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.10.01 МАСТЕР-КЛАСС «ПРОЕКТИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения – ознакомление студентов с теоретическими и прикладными аспектами планирования и реализации рекламных и PR-проектов, выработка профессиональных навыков и умений разработки и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; знакомство с алгоритмом проектирования в рекламе и связях с общественностью с последующим применением в рамках реализации проектов; осмысление этапов проектирования и разработка проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

- изучение закономерностей, тенденций развития проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью и ее современных практик и трендов;
- изучение теоретических (философских, культурно-исторических, коммуникативных) основ разработки и реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью;
- изучение опыта реализации проектов в рекламе и связях с общественностью в России и за рубежом;
- формирование умений проведения исследований, медиапланирования;
- формирование навыков профессиональной командной работы в рамках реализации общего проекта;
- получение собственного опыта в проектировании PR-кампании.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.10.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

- владением умениями и навыками профессиональной деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПКВ-5);
- способностью под контролем осуществлять производство, подготовку к выпуску и распространение рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды (ПКВ-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- внутренние резервы коммуникационных подразделений организаций (предприятий) по повышению своей эффективности, связанные преимущественно с опорой на интеллектуальную деятельность сотрудников в процессе подготовки и реализации проектов;

- современные технологии и инструменты разработки планов, программ и других материалов проектной документации в сфере рекламных- и PR-коммуникаций;
- современные технологии осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий в рамках тех или иных организационных решений;
- методы оценки эффективности рекламной и маркетинговой деятельности в процессе реализации проекта;
- этапы процесса разработки, производства, подготовки к выпуску и распространения рекламного продукта с привлечением традиционных и современных технологий в сфере рекламной деятельности.

Уметь:

- самостоятельно осуществить большинство видов PR-деятельности в конкретной профессиональной сфере с преимущественным владением навыками по организации и оперативному планированию проектов;
- оформлять и представлять результаты проектной деятельности в виде компьютерных презентаций, отчетных материалов в ходе публичных выступлений;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций планов, графиков реализации коммуникационных кампаний и мероприятий;
- принимать участие в управлении и организации работы рекламных и маркетинговых служб, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за их деятельностью, оценивать эффективность деятельности данных служб в реализации проектов;
- проводить анализ производства, подготовки к выпуску и распространению рекламной продукции и использовать его результаты для подготовки перспективных решений в данной сфере деятельности.

Владеть:

- навыками разработки программы (проектов) по совершенствованию организации и планирования деятельности предприятия;
- навыками разработки коммуникационных планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера, актуальных для сферы рекламной- и PR-деятельности;
- технологическим циклом проектирования коммуникационных кампаний и мероприятий;
- межличностными компетенциями, ориентированными на командную проектную работу;
- современными технологиями реализации коммуникационных программ в рекламной сфере.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в виде презентации проекта.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.10.02 МАСТЕР-КЛАСС «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОССТРУКТУР»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – раскрыть теоретические основы деятельности PR-структур в системе государственного управления Российской Федерации и сформировать базовый

понятийный аппарат для осмысления коммуникационных процессов, способов и технологий управления этими процессами в системе государственных организаций.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного управления;
- сообщить теоретические и фактические знания, необходимые для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями;
- сформировать базовый понятийный аппарат, необходимый для восприятия и осмысления информационных процессов в органах государственной власти и управления.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.10.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

- способностью организовывать производство, подготовку к выпуску и распространение рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды, а также с учетом возможностей традиционных и современных рекламных технологий (ПКВ-1);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области социальной, государственной, коммерческой, общественной рекламы и в средствах массовой информации (ПКВ-2);
- способностью под контролем осуществлять мероприятия в рекламной сфере (ПКВ-3);
- способностью под контролем осуществлять производство, подготовку к выпуску и распространение рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды (ПКВ-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- навыки работы в отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы государственных структур (институтов);
- способы и методы использования PR-технологий в решении конкретных ситуационных задач, возникающих в процессе реализации публичной власти, возможности и ограничения их применения.

Уметь:

- устанавливать и использовать информационные источники для учета потребностей заинтересованных сторон при планировании деятельности органа власти;
- анализировать, проектировать и осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации.

Владеть:

- технологиями по проектированию, организации различных видов диалогов органов публичной власти с институтами гражданского общества;
- способностью распространение рекламной продукции государственных органов среди населения.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов)

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.11.01 «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ ЗНАНИЙ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – расширение и обогащение общекультурного и профессионального бэкграунда специалиста в сфере PR, укрепляющего его положение на рынке труда, а также его подготовки к продуктивной исследовательской работе, связанной с плотной проектной деятельностью в области PR, что закономерно диктует необходимость получения студентами современных системных представлений о теоретических основах и закономерностях функционирования социально-гуманитарного знания, методологии и методах социально-гуманитарных исследований, стратегии их организации и реализации в PR-деятельности, позволяющих анализировать современные социально-гуманитарные проблемы общества в «плоскости» PR, способного делать их открытыми и доступными к обсуждению широкой общественностью, прогнозировать и формировать общественное мнение в отношении их и тем самым укреплять собственное кредо быть полезным/служить своей стране и своему народу.

Задачи дисциплины:

- изучение специфики социально-гуманитарных наук, социокультурных предпосылок и основания наук о человеке и обществе;
- знакомство со структурой и функциями социально-гуманитарного научного знания, проблемой истинности и объективности знания в социально-гуманитарных науках, их объектом и субъектом, основными исследовательскими парадигмами, стандартами и правилами научного исследования, принципами описания, объяснения, понимания и интерпретации социальных явлений и закономерностей;
- формирование навыков применения/использования в PR-сфере результатов социально-гуманитарных исследований с целью привлечения внимания общественности к злободневным вопросам современного дня.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.11.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

профессиональные:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- пролегомены науки философии с целью освоения парадигм научного знания о рекламе и публик рилейшнз, а также формирования представлений об основных положениях научного знания о рекламе и публик рилейшнз и философских основаниях профессиональной культуры представителей рекламной- и PR-деятельности;

- становление и развитие научного знания о рекламе и связях с общественностью, формирование социально-коммуникативных практик рекламной- и PR-деятельности в аспекте основных этапов и закономерностей исторического развития общества; обладать представлениями о рекламе и связях с общественностью как профессиональной социальной деятельности, всемерно способствующей эволюции и прогрессу социума;
- идеи, нормы, ценности связей с общественностью как субъекта информационно-коммуникационной деятельности в современном социуме.

Уметь:

- применять усвоенные положения о собственно философском характере научного знания о рекламе и СО и сформированные представления о философских основаниях профессиональной культуры специалистов в области рекламе и связях с общественностью на практике;
- применение на практике усвоенных научно-прагматических знаний и представлений о рекламе и связях с общественностью как продукте исторического развития социума и реальном факторе обеспечения общественного прогресса;
- использовать методы стратегического анализа ключевых сфер PR как институциональной коммуникации.

Владеть:

- необходимыми философскими основами методов, принципов, технологий рекламной- и PR-деятельности, способствующими формированию представления о рекламе и связях с общественностью как особой трансдисциплинарной технологии, обеспечивающей достижение цели рекламной- и PR-деятельности посредством управления процессами социальной коммуникации и условиями их функционирования;
- представлениями о рекламе и связях с общественностью как профессиональной социальной деятельности, участвующей в жизни общества и способствующей ее эволюции и прогрессу.

4. Общий объём дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.11.02 «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – получение теоретических знаний и выработка практических навыков в решении кризисных ситуаций средствами и инструментами Public Relations.

Задачи:

- представить существующие типологии кризисов, основные этапы развития кризисных ситуаций, возможные стратегии их преодоления;
- охарактеризовать PR-технологии, используемые в процессе прогнозирования, предотвращения, минимизации последствий кризиса;
- на основе анализа конкретных ситуаций ознакомить студентов с вариантами разрешений кризисов средствами PR (успешными и неудачными), случаями положительного имиджевого эффекта от грамотного построения кризисных и послекризисных коммуникаций;

– выработать у студентов навыки практического применения принципов и технологий кризисных коммуникаций в общественно-политических и бизнес организациях.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.11.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Изучение дисциплины опирается на знания в области рекламы и связей с общественностью. Она является логическим дополнением ранее изучаемых дисциплин: «Социология массовых коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций», «Коммуникация в сфере PR» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные компетенции:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- понятия и характеристики кризисного состояния, кризиса, катастрофы;
- способы выхода из кризиса;
- особенности менеджмента в условиях кризиса.

Уметь:

- диагностировать кризисную ситуацию;
- выбирать и реализовывать антикризисную стратегию;
- проводить социологические исследования и анализировать их итоги.

Владеть:

- навыками разрешения конфликтов и преодоления кризисных ситуаций внутри организации (компании);
- методами проектирования, планирования, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.12.01 «СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – знакомство студентов с общей характеристикой современных российских государственных и частных пресс-служб, а также формирование у студентов навыков применения знаний в выполнении функций пресс-секретаря.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с историей становления и развития пресс-службы;
- изучение структуры и принципов организации пресс-служб, специфики работы пресс-служб в различных сферах общественной жизни;
- знакомство с основными принципами планирования и организации деятельности пресс-служб, формами работы пресс-службы со СМИ;
- получение практических профессиональных навыков в разных направлениях деятельности пресс-службы;
- знакомство с правовыми основами функционирования современных пресс-служб;
- усвоение типичных приемов общения с современным медиасообществом;
- анализ особенностей подготовки PR-материалов для публикации в СМИ.

2. Место дисциплины в учебном плане

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.12.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

профессиональные:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- структуру работы служб по связям с общественностью;
- правила проведения мероприятий служб по связям с общественностью;
- профессиональный язык сферы коммуникации;
- особенности внутрикорпоративной культуры и этики;
- правила составления документов для внутреннего пользования организации и для работы с внешними целевыми аудиториями.

Уметь:

- планировать и анализировать работу рекламных служб и служб по связям с общественностью;
- оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- грамотно взаимодействовать в коллективе;
- находить и создавать информационные поводы;
- определять целевую аудиторию своих сообщений;

– создать аналитическую справку и аналитический обзор материалов СМИ.

Владеть:

- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;
- навыками планирования и анализа работы рекламных служб и служб по связям с общественностью;
- основами внутрикорпоративной культуры;
- навыками работы в команде;
- навыками создания различных аналитических документов для внутрикорпоративных целей, СМИ и работы с другими целевыми аудиториями пресс-службы.

3. Общий объем дисциплины: 2 з. ед., 72 часа.

4. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

5. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.12.02 «СОВРЕМЕННЫЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАБОТЕ СПЕЦИАЛИСТА ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов целостной системы знаний и умений в области основных концепций и методов формирования коммуникационных технологий в сфере связи с общественностью, а также контроля их прикладной эффективности.

Задачи курса:

- познакомить студентов с современными теориями и методологией интегрированных коммуникаций в сфере PR;
- познакомить студентов с методами прикладных коммуникаций в различных социальных и институциональных средах;
- обучить студентов маркетинговым коммуникациям в контексте основных принципов связи с общественностью;
- обучить студентов навыкам исследования аудиторий и эффективности коммуникационной деятельности;
- обучить студентов специальным методам коммуникационной деятельности в особых социальных ситуациях и кризисах.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.12.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

профессиональные:

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные положения коммуникационной концепции связей с общественностью, ее универсальную роль в управлении общественным и корпоративным мнением, ее системные факторы, компоненты, модели, технологии и векторы развития;
- основные тренды в коммуникационных программах последнего десятилетия;
- современные технологии и инструменты разработки планов, программ и других материалов проектной документации в сфере рекламных- и PR-коммуникаций;
- сущность и значение маркетинга и маркетинговых исследований в деятельности предприятий; виды маркетинговых исследований и этапы их проведения.

Уметь:

- применять знание методов полевого анализа ключевых сфер PR как институциональной коммуникации;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду предприятия, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на коммуникационные кампании и мероприятия;
- разрабатывать планы, программы и другие материалы проектной документации в сфере рекламы и связей с общественностью;
- анализировать специфику рынка, на котором работает предприятие; разрабатывать маркетинговый план и проводить маркетинговые исследования по поставленным задачам на данном предприятии.

Владеть:

- коммуникативно-деятельностным, системным, синергетическим подходами к PR-деятельности;
- технологическим циклом проектирования коммуникационных кампаний и мероприятий;
- навыками разработки коммуникационных планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера, актуальных для сферы рекламной- и PR-деятельности;
- методами коммуникаций, используемыми в ходе проведения маркетинговых исследований.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.13.01 «ДРАМАТУРГИЯ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА»**

Название кафедры: кафедра связей с общественностью и журналистики.

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – изучение студентами базовых представлений о рекламных технологиях в современном информационном пространстве, позволяющих ориентироваться в рекламных стратегиях и рекламных трендах, в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности

рекламной деятельности; освоение основных аспектов креативной составляющей рекламной деятельности; формирование у слушателей курса системы ориентирующих знаний, умений и навыков в области интерпретации смыслов рекламного продукта, в том числе в призме типологии рекламного дискурса; анализ драматургии дискурса выбранной рекламной тематики.

Задачи дисциплины:

- формирование теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта;
- сосредоточение внимания на различных рекламных стратегиях и методиках разработки рекламных сообщений;
- развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую (драматургическую) и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения;
- анализ стратегических и тактических действий, связанных с разработкой эффективных рекламных посланий;
- знакомство с современной креативной рекламой как составляющей комплекса маркетинговых коммуникаций;
- изучение теоретических основ креатива в рекламной деятельности;
- умение использовать методики поиска идей для креативной концепции рекламы;
- привитие целостного представления о драматургических решениях рекламной образности в соответствии с современными тенденциями визуальной культуры;
- знание технологии разработки рекламного визуального ряда и особенности создания креатива для основных медианосителей.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части Б1.В.ДВ.13.01 учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

- способностью организовывать производство, подготовку к выпуску и распространение рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды, а также с учетом возможностей традиционных и современных рекламных технологий (ПКВ-1);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области социальной, государственной, коммерческой, общественной рекламы и в средствах массовой информации (ПКВ-2);
- способностью под контролем осуществлять мероприятия в рекламной сфере (ПКВ-3);
- способность квалифицированно использовать знания в области профессиональной рекламной деятельности (ПКВ-4);
- способностью под контролем осуществлять производство, подготовку к выпуску и распространение рекламной продукции, включая ее разнообразные типы и виды (ПКВ-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- различные формы и форматы взаимодействия отделов рекламы со средствами массовой информации;
- типы организационных структур, основные параметры и принципы их проектирования для осуществления эффективной рекламной деятельности;
- этапы процесса разработки, производства, подготовки к выпуску и распространения рекламного продукта с привлечением традиционных и современных технологий в сфере рекламной деятельности;
- методы оценки эффективности рекламной деятельности.

Уметь:

- проводить анализ рекламной деятельности предприятия и использовать полученные результаты для подготовки перспективных решений в ее организации;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию для повышения эффективности организации рекламного процесса;
- готовить к выпуску и распространению рекламную продукцию, включая ее разнообразные виды;
- продвигать товары и услуги на рынок, использовать для этого современные рекламные технологии.

Владеть:

- первичными навыками построения социальных и внутрикорпоративных коммуникаций в области социальной, государственной, коммерческой, общественной рекламы;
- современными технологиями реализации коммуникационных программ в рекламной сфере;
- методами прогнозирования результатов процесса разработки, производства, подготовки к выпуску и распространения рекламного продукта в целях оптимизации рекламных мероприятий, осуществляемых соответствующими организационными структурами;
- навыками организации, управления, оперативного планирования и оперативного контроля, методами оценки эффективности работы рекламных служб.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.13.02 «РЕКЛАМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики**1. Цель и задачи дисциплины**

Цель дисциплины – изучение студентами базовых представлений о рекламных технологиях в Сети и Интернет-рекламе, позволяющих ориентироваться в рекламных стратегиях Интернет-бизнеса и Интернет-рекламы, в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации из Сети с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучение Интернет-технологий в рекламе, требований к составу информации, ее содержанию и функциям;
- изучение основных направлений развития и совершенствования сферы Интернет обеспечения рекламной деятельности (правовой, технический, организационный и экономический аспекты);
- изучение прикладных аспектов Интернет-технологий, возможностей их использования в процессе рекламной деятельности;
- получение основ знаний о рекламной аудитории Сети, обработке результатов исследования аудитории с использованием современных статистических программных продуктов;

– изучение теоретических основ и практики рекламной работы в глобальной сети Интернет, поиск актуальной информации (механизм работы поисковых серверов), изучение возможностей проведения рекламной деятельности в глобальной Сети.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.13.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);
- способностью квалифицированно использовать знания в области профессиональной рекламной деятельности (ПКВ-4);
- владением умениями и навыками профессиональной деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПКВ-5).

В результате освоения компетенций студент должен

Знать:

- структуру и принципы работы отделов рекламы и связей с общественностью;
- основы управления рекламными службами и службами по связям с общественностью;
- методы оценки эффективности рекламной деятельности;
- методы и методики социологических исследований;
- особенности создания документов для внутренней работы в отделе рекламы;
- основные понятия рекламоведения;
- виды и формы работы с рекламой в Интернете.

Уметь:

- анализировать и планировать работу рекламных служб и отделов рекламы, а также рекламного агентства по информированию о деятельности организации и повышению ее имиджа;
- планировать проведение социологических исследований;
- редактировать и создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы;
- редактировать и создавать рекламные сообщения для различных целевых аудиторий в Интернете.

Владеть:

- навыками анализа и планирования работы рекламных служб и отделов рекламы, а также рекламного агентства по информированию о деятельности организации и повышению ее имиджа;
- навыками планирования и проведения социологических исследований;
- методами редактирования и создания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- методами редактирования и создания рекламных сообщений для различных целевых аудиторий в Интернете.

4. Общий объем дисциплины: 3 з. е. (108 часов)

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.