

Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей), практик
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью
Квалификация выпускника Бакалавр
Форма обучения Очная
Год набора 2021

Аннотация к рабочей программе дисциплины
PR- ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов комплекса знаний, умений, навыков и компетенций в области проектирования и организации PR кампаний для различных организаций и личных брендов, политических партий.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов понимание процесса проектной деятельности в PR.
- выработать практические навыки проектирования и организации PR кампаний.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-5 Способен определять способы и порядок осуществления коммуникационных проектов и мероприятий.

ПК-6 Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов.

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие проекта и проектной деятельности.

Тема 2. Составляющие и характеристики проекта.

Тема 3. Среда управления проектами.

Тема 4. Процессы и функции управления проектами.

Тема 5. Определения и структура PR-проекта.

Тема 6. Специфика PR-проектирования.

Тема 7. Ресурсы PR-проекта.

Тема 8. Методы исследования в PR-проекте.

Тема 9. Этапы проектирования PR кампаний.

Тема 10. Социально–культурные проекты.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Конфликты в организации

Цель дисциплины – формирование знаний, умений, навыков и компетенций в области конфликтологии, используемых в связях с общественностью для оценки эффективности коммуникационных взаимодействий способствующих решению профессиональных задач в командной и проектной работе обеспечивающих эффективное исполнение служебных (трудовых) обязанностей.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у бакалавров представления о конфликтологии в практике PR;
- формирование представления об особенностях применения современного инструментария основных методик и техник работы конфликтологии в практике PR, используемых в практике специалиста по связям с общественностью;
- ознакомление бакалавров с методами выработки практических навыков применения методов конфликтологии в практике PR;
- ознакомление бакалавров с перспективными технологиями и новейшими результатами практических разработок в данной области
- формирование способности прогнозировать результат бесконфликтного взаимодействия в области связей с общественностью и оценивать его эффективность.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать

принципы определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; особенности поведения и интересы других участников; принципы анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и построения продуктивного взаимодействия с учетом этого; принципы обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; принципы применения знаний организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; возможные способы участия в мероприятиях, принципы и методы контроля и оценки эффективности мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыт продукции

Уметь

анализировать эффекты и последствия определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели ; учитывать особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе; осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; применять знания организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; принимать участие в мероприятиях, направленных на сбыт продукции и формирование репутационного образа компании; осуществлять контроль и оценивать эффективность мероприятий.

Владеть

навыками определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; умением учитывать

особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; навыками анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и навыками построения продуктивного взаимодействия с учетом этого; навыками обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; навыками применения знания организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; способами участия в мероприятиях, направленных на сбыт продукции и формирование репутационного образа компании; осуществлять контроль и оценивать эффективность мероприятий.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Понятие конфликта. Виды конфликтогенов

Конфликты в организации. Социально-трудовые конфликты.

Технологии эффективного общения и рационального поведения в конфликте.

Психология переговорного процесса по разрешению конфликтов.

Аннотация рабочей программы дисциплины Логика

Цель освоения дисциплины «Логика и теория аргументации» является сформированная устойчивая способность к обобщению, анализу, широкому и глубокому восприятию информации, постановки деятельностной цели и способов ее достижения, а также способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и брать на себя ответственность за решение их.

Задачи:

- заложить у обучающихся основы логической культуры мышления; научить главным позициям логического мышления: операциям с понятием, суждением, умозаключением;
- научить, используя эти понятия, главным принципам доказательной аргументированной речи;
- показать отличие логической аргументации от псевдологической (софистической, призванной скрыть манипуляцию сознанием);
- познакомить с принципами научного доказательства;

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК -1Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК -1.1Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие

УК - 1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи

УК - 1.3Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов

УК – 1.4 При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения

УК – 1.5 Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки

УК – 2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК - 2.1Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними

УК - 2.2 Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта

Содержание дисциплины

Вводная лекция. Логика как наука о правильном, определенном, непротиворечивом, последовательном и доказательном (обоснованном) мышлении; наука о законах, формах, методах мышления.

Профессиональная точка зрения на логику восходит к взглядам рационалистов XVII в.:Р. Декарту и Г. Лейбницу. Специфический предмет логики – истина, которая является регулятором теоретической и практической деятельности.

История формирования логики как науки в Древней Греции. Социально-исторические условия формирования науки (школы софистов, демагогов, философов и др. направлений). Аристотель и его вклад в развитие логики и риторики.

Понятие. Общая характеристика понятия. Понятие в соотношении с денотатом (реальным предметом) – логика; понятие в соотношении со словом языка – семантика; понятие в соотношении со смыслом – прагмема. (Понятие в структуре: знак – значение – имя). Способы образования понятия: абстрагирование, сравнение, анализ, синтез, обобщение. Содержание и объем понятия. Виды понятий по объему. Соотношение понятий по объему. Виды понятий по содержанию. Обобщение и ограничение понятия. Деление понятия. Правила деления и ошибки, возможные при делении. Классификация понятий. Определение понятий; виды определения. Правила определения, ошибки, возможные при определении.

Суждения. Сложные суждения и их виды в соответствии с видом связи. Характер истинности / ложности суждений в их соотношении. Структура сложного суждения, передаваемого простым предложением группой однородных членов. Логический анализ сложных суждений. Формула сложного суждения. Таблица истинности для сложных суждений. Сильные формулы сложных суждений семантические таблицы для анализа сложных суждений. Правильность построения семантических таблиц. Модальность суждений (алетическая, деонтическая, модальных оценок, модальности времени и места).

Умозаключение. Структура умозаключения. Сущность логического вывода. Непосредственные умозаключения. Превращение. Обращения суждений. Противопоставление предикату. Противопоставление субъекту. Простой категорический силлогизм. Правила категорического силлогизма. Фигуры категорического силлогизма. Модусы фигур.

Образовательные технологии, используемые в ходе изучения дисциплины:
Лекции, выступления, анализ конкретных примеров.

Оценочные средства: опрос, практические задания, контрольная работа. Вид итогового контроля: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Основы конфликтологии в практике PR

Цель дисциплины – формирование знаний, умений, навыков и компетенций в области конфликтологии в практике PR, используемых в связях с общественностью для оценки эффективности коммуникационных взаимодействий способствующих решению профессиональных задач в командной и проектной работе обеспечивающих эффективное исполнение служебных (трудовых) обязанностей.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у бакалавров представления о конфликтологии в практике PR;
- формирование представления об особенностях применения современного инструментария основных методики техник работы конфликтологии в практике PR, используемых в практике специалиста по связям с общественностью;
- ознакомление бакалавров с методами выработки практических навыков применения методов конфликтологии в практике PR;
- ознакомление бакалавров с перспективными технологиями и новейшими результатами практических разработок в данной области
- формирование способности прогнозировать результат бесконфликтного взаимодействия в области связей с общественностью и оценивать его эффективность.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать

принципы определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; особенности поведения и интересы других участников; принципы анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и построения продуктивного взаимодействия с учетом этого; принципы обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; принципы применения знаний организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; возможные способы участия в мероприятиях, принципы и методы контроля и оценки эффективности мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыт продукции

Уметь

анализировать эффекты и последствия определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели ; учитывать особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе; осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; применять знания организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; принимать участие в мероприятиях, направленных на сбыт продукции и формирование репутационного образа компании; осуществлять контроль и оценивать эффективность мероприятий.

Владеть

навыками определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; умением учитывать

особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; навыками анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и навыками построения продуктивного взаимодействия с учетом этого; навыками обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; навыками применения знания организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; способами участия в мероприятиях, направленных на сбыт продукции и формирование репутационного образа компании; осуществлять контроль и оценивать эффективность мероприятий.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Понятие конфликта. Виды конфликтогенов

Конфликты в организации. Социально-трудовые конфликты.

Технологии эффективного общения и рационального поведения в конфликте.

Психология переговорного процесса по разрешению конфликтов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Психология массовой коммуникации

Цель дисциплины — формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области психологии массовой коммуникации используемых в связях с общественностью для оценки влияния средств массовой коммуникации на целевые аудитории.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у студентов понимания роли и значения психологии массовой коммуникации в современном обществе;
- выработка у студентов устойчивых знаний о ключевых разделах психологии массовой коммуникации;
- формирование представления об особенностях применения современного инструментария основных методик и техник психологии массовой коммуникации, используемых в практике специалиста по связям с общественностью;
- формирование способности учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа текстах, медиапродуктах и коммуникационных продуктах, прогнозировать результат психологического воздействия в области связей с общественностью и оценивать его эффективность.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать

принципы системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития, основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов

Уметь

ориентироваться в системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития, анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

Владеть

навыками определения круга задач в системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития, навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Подходы к изучению массовой коммуникации.

Массовая коммуникация как источник информации

Механизмы убеждения в массовой коммуникации

Факторы убеждения в массовой коммуникации

Обучение в массовой коммуникации

Социальное познание в массовой коммуникации

Массовая коммуникация и психологическое состояние аудитории

Влияние массовой коммуникации на социальное поведение

Массовая коммуникация как платформа для социального взаимодействия

Политическое поведение и массовая коммуникация

Межгрупповые отношения и массовая коммуникация
Психологическая зависимость от массовой коммуникации

Аннотация к рабочей программе дисциплины Психологический практикум для PR-специалиста

Цель дисциплины – формирование знаний, навыков и компетенций в области психологических знаний PR -специалистов, а также оценки эффективности их применения.

Основные задачи дисциплины:

- дать представление об основных современных психологических технологиях, применяемых в практике PR;
- познакомить с основными методиками и техниками работы в области прикладной психологии (в практике PR –специалиста);
- заложить основы практических навыков применения психологических знаний для PR -специалистов;
- научить прогнозировать результат психологического воздействия в области связей с общественностью и оценивать его эффективность.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать

принципы определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; особенности поведения и интересы других участников; принципы анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и построения продуктивного взаимодействия с учетом этого; принципы обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; принципы применения знаний организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; возможные способы участия в мероприятиях, принципы и методы контроля и оценки эффективности мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыт продукции

Уметь

анализировать эффекты и последствия определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; учитывать особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе; осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; применять знания организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; принимать участие в мероприятиях, направленных на сбыт продукции и формирование репутационного образа компании; осуществлять контроль и оценивать эффективность мероприятий.

Владеть

навыками определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; умением учитывать особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; навыками анализа возможных последствий

личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и навыками построения продуктивного взаимодействия с учетом этого; навыками обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; навыками применения знания организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; способами участия в мероприятиях, направленных на сбыт продукции и формирование репутационного образа компании; осуществлять контроль и оценивать эффективность мероприятий.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Составление медиа-карты, мониторинг СМИ. Исследования, изучение общественного мнения.

Процесс общения: повышение эффективности.

Определение правильности поставленной цели. Исследование необходимых ресурсов для достижения цели.

Психологический практикум влияния в PR коммуникациях.

Управление массовым стихийным поведением.

Технология подготовки текста. Технологии подготовки к интервью

Психологический практикум пропаганды.

Психотехнологии взаимодействия в толпе.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Социальная психология в рекламной и PR деятельности

Цель дисциплины – формирование знаний, умений, навыков и компетенций в области социальной психологии в рекламной и PR деятельности, используемых в связях с общественностью для оценки эффективности коммуникационных посланий целевым аудиториям.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у бакалавров представления о современных социальной психологии в рекламной и PR деятельности;
- формирование представления об особенностях применения современного инструментария основных методик и техник работы социальной психологии в рекламной и PR деятельности, используемых в практике специалиста по связям с общественностью;
- ознакомление бакалавров с методами выработки практических навыков применения социальной психологии в рекламной и PR деятельности;
- ознакомление бакалавров с перспективными технологиями и новейшими результатами практических разработок в данной области
- формирование способности прогнозировать результат психологического воздействия в области связей с общественностью и оценивать его эффективность.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать принципы определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; принципы анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и построении продуктивного взаимодействия с учетом этого; принципы анализа и соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; принципы применения знаний по разработке коммуникационных проектов и мероприятий.

Уметь анализировать эффекты и последствия определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; учитывать особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; анализировать и соотносить социологические данные с запросами потребностями общества и отдельных аудиторных групп; использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; применять знания по разработке коммуникационных проектов и мероприятий.

Владеть навыками определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; навыками

умением учитывать особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; навыками анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и навыками строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; навыками анализа и соотношения социологических данных с запросами потребностями общества и отдельных аудиторных групп; навыками использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, навыками учитывать основные характеристик и целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; навыками применения знания по разработке коммуникационных проектов и мероприятий.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Социальная психология потребителя в PR и рекламе

Общение как контекст и способ социального психологического влияния в PR и рекламе

Коммуникация и информативная функция PR-общения

Взаимодействие в PR-общении. Восприятие в PR и рекламе.

Эффекты восприятия целевой аудитории PR и рекламы. PR и пропаганда — психологические аспекты.

Психологическое воздействие в рекламе и PR как социальная коммуникация

Убеждающее и внушающее воздействие в PR-коммуникациях. Информационно-психологическое воздействие на общество и информационные войны как инструмент PR.

Методы и механизмы информационного социально-психологического воздействия на целевые аудитории.

Технологии и результаты социально-психологического воздействия на целевые аудитории.

Аннотация к рабочей программе дисциплины История мировой культуры и искусства

Целью освоения дисциплины «История мировой культуры и искусства» является формирование теоретических знаний о происхождении, сущности, структуре, функциях и закономерностях развития мирового искусства. Освоение истории мировой и отечественной культуры и искусства предполагает выработку у студентов представлений о многообразии региональных репрезентаций культуры и искусства от древности до современности, а также способности визуально их различать и воспроизводить.

Изучение дисциплины преследует также цель углубить гуманитарную подготовку студентов, помочь им ориентироваться в произведениях искусства различных эпох и регионов мира, понимать значение культурных символов, разбираться в основных направлениях в художественном искусстве, литературе, музыке, кино-искусстве и т.д. Ознакомление с основными разделами дисциплины позволит выработать понимание того, что такое творческая деятельность, в чем она проявляется, какие существуют средства ее выражения и какие этапы становления она прошла в истории мировой культуры.

Задачи курса:

- усвоение основных вех истории мировой культуры и закономерностей ее развития;
- формирование представления о достижениях и этапах развития истории мирового искусства в конкретных его проявлениях и противоречиях;
- изучение основных проблем культуры и искусства, основных художественных направлений и школ;
- приобретение навыков анализа и оценки различных видов и объектов мирового искусства;
- выработка мировоззренческих представлений о культурном многообразии и единстве человечества, о роли человека в эволюции культуры и искусства в исторической перспективе;
- создание условий для использования знания дисциплины в профессиональной деятельности и в быту;

формирование бережного отношения к культурному наследию человечества.

Курс дисциплины «История мировой культуры и искусства» относится к базовой части блока 1 дисциплин учебного плана по направлению и профилю обучения 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина «История мировой культуры и искусства» тесно связана с рядом гуманитарных дисциплин, таких как «Культурология», «Философия», «Социология», «Психология».

Преподается на очном отделении первого года набора студентов. Шифр дисциплины в учебном плане Б1.0.22.

Дисциплина «История мировой культуры и искусства» дает основные базовые знания мирового и отечественного искусства, а также навыки работы с информацией для последующего написания рефератов и курсовых работ, проведения научно-исследовательской работы, включая подготовку и написание ВКР.

Для освоения данной дисциплины, обучающиеся должны иметь среднее общее образование и прослушать гуманитарный блок дисциплин.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знания:

- всеобщей и отечественной истории
- базовых ценностей мировой культуры;
- системы ценностей русской народной культуры;
- закономерностей развития природы, общества и мышления.

Умения:

- анализировать и излагать в наиболее общих чертах основные особенности мировой и отечественной культуры и искусства;
- показать знание основных произведений искусства различных эпох, а также выдающихся памятников культуры;
- раскрыть смысл и значение основных общемировых понятий культуры;
- самостоятельно выявлять и раскрывать причинно-следственные связи между историческими явлениями и событиями мировой культуры;
- описать основные элементы и произведения мировой и русской культуры, обосновывать свое отношение к творцам и деятелям культуры и их творениям;
- высказывать суждения о дискуссионных проблемах мировой и российской культуры;
- увязать полученные знания с проблемами современного развития России (экономическая, культурная, историческая, социальная, политическая жизнь и т.д.).

Владение навыками:

- работы с литературой по научной проблеме;
- способностью к восприятию, обобщению и анализу информации;
- формирования собственных оценок развития культурно-исторического процесса в прошлом и в современности;
- постановке цели и выбору оптимальных путей ее достижения.

Содержание дисциплины (темы):

Таблица 1.

№ темы дисциплины	Тематика лекционных и практических занятий
1	Введение в историю мировой культуры и искусства
2	Первобытное искусство и его изобразительные формы.
3	Искусство цивилизаций Древнего Востока
4	Античное искусство. Архитектура, скульптура, музыка и театр в Древней Греции и Древнем Риме
5	История искусства эпохи Средневековья и Возрождения
6	История искусства Западной Европы Нового времени
7	Западноевропейское искусство Новейшего времени
8	История развития искусств на Руси и в России.
9	Современные формы культуры и искусства , их визуальные репрезентации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Введение в информационные технологии

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов современной информационной культуры и создание фундамента для использования современных средств вычислительной техники и пакетов прикладных программ при изучении ими общетехнических и специальных дисциплин в течение всего периода обучения.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов мировоззрения в информационной сфере и определенного уровня информационной культуры;
- освоение студентами технических возможностей Интернета как мощного средства переработки информации, средства формирования актуальных сведений об исследуемых объектах и процессах на основе поиска и сопоставления больших объемов информации, средства математического моделирования и анализа процессов;
- ознакомление студентов со структурой и классификацией информационных систем, видами информационных технологий;
- ознакомление студентов с общими характеристиками процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации, с оценкой количества информации, со структурой её хранения и защиты.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать:

- основы поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач

Уметь:

- применять основы поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач

Владеть:

- навыками применения основ поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач

Содержание дисциплины:

Введение

Обзор современных электронных образовательных платформ

Интернет вещей

Основы работы с нейронными сетями

Big Data

Основы информационной безопасности

Локальные и глобальные сети

Аннотация к рабочей программе дисциплины Информационные технологии и программирование

Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины формирование у студентов практических навыков по основам алгоритмизации вычислительных процессов и программированию решения вычислительных и других задач, развитие умения работы с персональным компьютером на высоком пользовательском уровне, обучение работе с научно-технической литературой и технической документацией по программному обеспечению ПЭВМ.

Задачи:

- ознакомление с современными парадигмами программирования;
- изучение базовых конструкций, применяемых в программировании;
- формирование навыка поиска и понимания программной и технической документации;
- ознакомление с возможностями использования языков программирования при решении задач различного рода;
- ознакомление с современными направлениями разработки программного обеспечения;
- приобретение навыков системного мышления при решении задач по разработке программного обеспечения;
- изучение основ алгоритмизации и применяемых структур данных в программировании.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы. 1-2 семестры 1 год обучения. Изучение дисциплины не требует входных компетенций, знаний, умений и навыков.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенции УК-1.3; ОПК-6.1; ОПК-6.3.

Таблица 1.

Общепрофессиональные компетенции

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач информационной безопасности	УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1.Применяет существующие средства реализации информационных технологий (методические, информационные, математические, алгоритмические, технические и программные) при решении задач профессиональной деятельности ОПК-6.3.Понимает значение информации в развитии цифрового общества и современные технологии работы с информацией

Аннотация к рабочей программе дисциплины Антикризисные коммуникации

Цель дисциплины - формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области управления коммуникациями и коммуникационными стратегиями в условиях кризисов организаций, государственных структур и репутации публичных личностей.

Основные задачи дисциплины

- познакомить студентов с теоретическими и методологическими основами моделирования антикризисных коммуникационных кампаний и мероприятий в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности;
- сформировать практические навыки применения различных инструментов кризисного PR и эффективных коммуникационных мероприятий направленных на предотвращение кризиса и потери репутации различных организаций, а также минимизацию репутационного ущерба публичных личностей.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-2 Способен разрабатывать коммуникационные программы, в том числе, антикризисные.

Содержание дисциплины

Тема 1. Кризисы и кризисные ситуации.

Тема 2. Антикризисное управление.

Тема 3. Преодоление кризиса.

Тема 4. Кризис репутации: сущность, причины, последствия.

Тема 5. Антикризисные коммуникации и кризисный PR.

Тема 6. Технологии и инструменты кризисного PR.

Тема 7. Стратегии антикризисного PR.

Тема 8. Ресурсы антикризисной PR кампании.

Тема 9. Взаимодействие с различными целевыми аудиториями в кризисной ситуации.

Тема 10. Роль новых медиа в кризисных ситуациях.

Тема 11. Использование инструментов краудсорсинга в урегулировании кризиса.

Тема 12. Черный PR: понятие, технологии.

Тема 13. Антикризисные коммуникации в условиях информационной войны.

Тема 14. Государственный (страновой) PR и кризисы.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Безопасность и культура общения в социальных сетях

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью
Квалификация выпускника – бакалавр

Целью освоения дисциплины «Безопасность и культура общения в социальных сетях» является формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в сфере культуры общения и обеспечения информационной безопасности в сети Интернет.

Задачи освоения дисциплины:

- познакомить студентов с правовым регулированием сети интернет;
- сформировать информационную культуру;
- сформировать у студентов навыки ориентирования в современном информационном пространстве;
- способствовать овладению основами безопасного пользования интернет - сетями;
- изучить каналы коммуникации.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Структура дисциплины

Тема 1. Развитие электронной коммуникации

Тема 2. Понятия и виды социальных сетей

Тема 3. Виды деятельности в сети Интернет

Тема 4. Правовое регулирование в сети Интернет

Тема 5. Культура общения в сети Интернет

Тема 6. Угрозы информационной безопасности в сети Интернет

Аннотация к рабочей программе дисциплины Безопасность жизнедеятельности

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

Задачи:

- получение теоретических знаний и формирование практических навыков для принятия инженерно-организационных решений при обеспечении безопасности действий в штатных и чрезвычайных ситуациях;
- планирование мероприятий по обеспечению безопасных условий и охраны труда;
- приобретение умения идентифицировать природные, техногенные, военные, экономические, социальные, экологические опасности и угрозы и оценивать риски в сфере своей профессиональной деятельности;
- овладение практическими навыками при использовании средств индивидуальной защиты, пожаротушения, при гражданской обороне, при оказании первой помощи в чрезвычайных ситуациях;
- повышение уровня коммуникативных навыков и правил поведения в контексте безопасности, знаний об ключевых аспектах здорового образа жизни.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

1. Введение.
2. Безопасность системы "человек – природная среда".
3. Основы физиологии труда и обеспечение комфортных условий жизнедеятельности.
4. Негативные факторы техносферы.
5. Техногенные чрезвычайные ситуации.
6. Химическое и бактериологическое оружие.
7. Ядерное оружие и радиационная защита.
8. Структура ГО и ЧС. СНЛК. Нормативно-правовые аспекты БЖД.
9. Профилактика наркозависимости среди молодежи. Терроризм, экстремизм.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ЭТИКЕТ

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – бакалавр

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области межкультурной коммуникации современного поликультурного пространства с целью применения в профессиональной сфере специалиста по рекламе и связям с общественностью

Основные задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными теориями, терминами моделями и основными подходами изучения межкультурной коммуникации;
- привить навыки межкультурного взаимодействия: культурная диффузия, культурный конфликт, этикет;
- познакомить с понятием субкультур и их взаимодействия с доминантной культурой.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-4 Способен организовать профессиональные мероприятия, направленные на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыт продукции.

ПК-7 Способен осуществлять контроль и оценку коммуникационной деятельности компании.

Содержание дисциплины

Тема 1. История развития и сущность бренда.

Тема 2. Основные тенденции и типы бренда.

Тема 3. Структура корпоративного бренда .

Тема 4. Позиционирование и идентичность бренда.

Тема 5. Модели бренда.

Тема 6. Разработка атрибутов бренда.

Тема 7. Аналитические процедуры в брендинге.

Тема 8. Планирование бренда.

Тема 9. Стратегическое управление брендом.

Тема 10. Коммуникационная стратегия бренда.

Тема 11. Методы определения рыночной стоимости бренда.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Введение в профессиональную деятельность

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов комплекса начальных знаний, навыков и универсальных компетенций, связанных с профессиональной деятельностью в области рекламы и связей с общественностью, а также знакомство с основными аспектами образовательной программы «Реклама и связи с общественностью».

Основные задачи дисциплины:

- познакомить студентов с учебным планом и целями программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»;
- подготовить студентов к научной, практической и творческой работе в рамках основной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью»;
- сформировать у студентов устойчивое понимание роли и значения коммуникаций в деятельности организаций любых форм и направлений деятельности;
- сформировать у студентов общие представления о видах профессиональной деятельности в области рекламы и связях с общественностью.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Структура дисциплины

Тема 1. Введение в историю мировой культуры и искусства

Тема 2. Первобытное искусство и его изобразительные формы.

Тема 3. Искусство цивилизаций Древнего Востока

Тема 4. Античное искусство. Архитектура, скульптура, музыка и театр в Древней Греции и Древнем Риме.

Тема 5. История искусства эпохи Средневековья и Возрождения.

Тема 6. История искусства Западной Европы Нового времени.

Тема 7. Западноевропейское искусство Новейшего времени.

Тема 8. История развития искусств на Руси и в России.

Тема 9. Современные формы культуры и искусства, их визуальные репрезентации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО

Цель освоения дисциплины – формирование теоретических знаний в области волонтерской деятельности, а также приобретение необходимых практических навыков в области работы социально-ориентированных некоммерческих объединений (НКО).

Задачи:

- освоение основных ключевых понятий и терминов, современное состояние движения добровольцев (волонтеров) в РФ;
- изучить взаимосвязь добровольческой (волонтерской) деятельности с существенными изменениями в личности студента;
- изучение примеров организации РГГМУ и иных возможности участия студентов в добровольческой (волонтерской) деятельности в решении социально значимых проблем Вуза, органов местного самоуправления;
- формирование навыков владения основными приемами отбора и анализа социально значимых данных и показателей о состоянии добровольческой (волонтерской деятельности) в РФ на основе сведений национальных, региональных организаций в социальной сфере.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Содержание дисциплины

Тема 1. Основные понятия, термины, правовые акты в области добровольческой (волонтерской) деятельности.

Тема 2. История добровольческих организаций в России.

Тема 3. Многообразие форм добровольческой (волонтерской) деятельности.

Тема 4. Организация работы с волонтерами.

Тема 5. Примеры волонтерских организаций в РГГМУ и Санкт-Петербурге.

Тема 6. Взаимодействие с социально-ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями.

Тема 7. Цели, задачи, направления деятельности Центра развития некоммерческих организаций (ЦРНО) в Санкт-Петербурге.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Глобальные коммуникации

Цель дисциплины - подготовка бакалавров, владеющих знаниями в объеме, необходимом для формирования системного понимания особенностей современных глобальных медийных и немедийных коммуникаций и влияния сферы коммуникаций на развитие современного общества посредством обеспечения этапов формирования компетенций, представленных ФГОС ВО.

Основные задачи дисциплины:

- углубление и систематизация понимания ключевых терминов и понятий, используемых в сфере глобальных коммуникаций;
- формирование понимания комплексности функционирования глобальных коммуникационного пространства;
- изучение основных законов взаимодействия общества и сферы глобальных коммуникации;
- формирование устойчивой способности к деконструкции любого глобального коммуникационного явления (акта) и оценки влияния не него конкретного контекста;
- систематизация ранее полученных практических знаний в сфере бизнес - и политических глобальных коммуникаций;
- получение понимания теоретических основ функционирования каналов глобальных коммуникаций в современном мире;
- формирование диалектического понимания взаимодействия и взаимовлияния различных каналов информации и носителей информации;
- формирование способности к теоретическому осмыслению эмпирического опыта использования глобальных коммуникаций.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать:

основные стилистические особенности письменной формы языка; язык служебных документов; направления и приемы совершенствования навыков грамотного письма; особенности планирования коммуникационной деятельности; цели маркетинговых коммуникаций; особенности осуществления мониторинга и контроля коммуникационной деятельности компании.

Уметь:

использовать разные формы деловой речи в письменной сфере; осуществлять актуализацию коммуникационной деятельности компании; достигать синергетического эффекта при планировании коммуникационной деятельности; разрабатывать коммуникационные программы с учетом особенности отрасли и характеристики целевой аудитории

Владеть:

Навыками использования того или иного стиля в устной и письменной речи; риторического общения в письменной форме речи; владеть риторическими формами общения в официальной и неофициальной сфере письменной речи; эффективными способами планирования коммуникационной деятельности; методами разработки коммуникационных программ; навыками оценки эффективности коммуникационной деятельности компании.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Введение в глобальные коммуникации.

Структура коммуникационного пространства в системе глобальных коммуникаций
Основные участники коммуникационного процесса и особенности их поведения в системе глобальных коммуникаций.
Особенности развития современных глобальных коммуникаций.
Перспективы развития глобальных коммуникаций.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Деловые коммуникации

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области коммуникативной культуры, специфике и формах делового общения, для решения задач социальной интеракции, а также управления процессом социального взаимодействия.

Основные задачи дисциплины:

- знакомство с теоретическими методами изучения социального взаимодействия;
- изучение специфики деловой коммуникации; приемами и процедурами эффективного общения;
- овладение навыками деловой коммуникации.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Структура дисциплины

Тема 1. Теоретические предпосылки и основы делового общения.

Тема 2. Место общения в системе общественных и межличностных отношений.

Тема 3. Виды общения.

Тема 4. Барьеры в общении и их преодоление.

Тема 5. Устные деловые коммуникации. Беседа.

Тема 6. Ведение деловых переговоров.

Тема 7. Публичное выступление.

Тема 8. Деловое общение в рабочей группе.

Тема 9. Конфликты и пути их разрешения.

Тема 10. Стрессоустойчивость в деловом общении.

Тема 11. Этика и этикет делового общения

Тема 12. Коммуникативная компетентность и культура делового поведения.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Иностранный язык

Цель дисциплины «Иностранный язык» – формирование иноязычной коммуникативной компетенции будущего бакалавра, позволяющей использовать иностранный язык как средство профессионального и межличностного общения, формирование способности к самостоятельной познавательной и исследовательской деятельности.

Основные задачи дисциплины:

- формирование способности к иноязычному общению в единстве всех его компетенций (языковой, речевой, социокультурной), функций и форм (устной и письменной);
- формирование способности к использованию иноязычных коммуникативных компетенций для углубления знаний и обмена информацией в избранной профессиональной области;
- приобретение знаний о системе изучаемого иностранного языка;
- формирование готовности студентов к самостоятельному управлению своей учебной деятельностью;
- обучение социокультурным и языковым нормам бытового и делового общения, а также правилам речевого этикета.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенции УК-4

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке (ых)	<p>УК-4.3 Ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции на иностранном языке.</p> <p>УК-4.4 Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный.</p> <p>УК-4.6 Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения.</p>	<p>знать: особенности системы изучаемого языка в его фонетическом, лексическом и грамматическом аспектах; социокультурные и языковые нормы бытового и профессионального общения, а также правила речевого этикета, позволяющие выпускнику эффективно использовать иностранный язык как средство общения в современном поликультурном мире;</p> <p>уметь: вести общение общего и профессионального содержания на иностранном языке в рамках пройденного материала, пользуясь правилами речевого этикета; читать литературу по специальности без словаря с целью поиска и получения необходимой информации профессионального характера; переводить литературу по специальности со словарем; составлять доклады на профессиональную тему;</p> <p>владеть: умениями выражения</p>

		<p>мысли на иностранном языке в устной и письменной форме при решении задач профессиональной деятельности; умениями общения посредством языка, т.е. передавать мысли и обмениваться ими в различных ситуациях в процессе взаимодействия с другими участниками общения, правильно использовать систему языковых, социокультурных и речевых норм; способностью выбирать способы коммуникативного поведения, адекватные аутентичной ситуации общения; умениями построения целостных, связанных и логичных высказываний разных функциональных стилей речи; навыками и умениями перевода текстов научного стиля.</p>
--	--	---

Содержание дисциплины:

1. Социально-бытовая и социально-культурная сферы общения. Семья, интересы, рабочий день, покупки, еда, ориентирование в городе, путешествие на самолете, телефонный разговор.
2. Социально-политическая и социально-культурная сфера общения. Великобритания: географическое положение, климат, политическое устройство, столица, образование в Великобритании.
3. Социально-бытовая и социально-культурная сферы общения. Здоровье, путешествия.
4. Профессиональная сфера общения. Темы: Деловые поездки, прием иностранных делегаций.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Иностранный язык в профессиональной сфере

Цель освоения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» – овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения коммуникативных задач профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе для создания рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы, а также для дальнейшего самообразования.

Основные задачи дисциплины:

- овладение способностью к иноязычному общению в единстве всех его компетенций (языковой, речевой, социокультурной), функций и форм (устной и письменной);
- формирование способности к использованию иноязычных коммуникативных компетенций для углубления знаний и обмена информацией в избранной профессиональной области;
- приобретение знаний о системе изучаемого иностранного языка;
- приобретение знаний об общепринятых способах организации коммуникационных кампаний и функционировании отделов по связям с общественностью за рубежом на основе аутентичных профессиональных материалов;
- формирование готовности студентов к самостоятельному управлению своей учебной деятельностью;
- овладение социокультурным и языковым нормам бытового и профессионального общения, а также правилам речевого этикета.

1. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций УК-4, ОПК-

Универсальные компетенции

Таблица 1 – универсальные компетенции

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.3 Ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции на иностранном языке. УК-4.4 Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный. УК-4.6 Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может	знать: особенности системы изучаемого языка в его фонетическом, лексическом и грамматическом аспектах; социокультурные и языковые нормы бытового и профессионального общения, а также правила речевого этикета, позволяющие выпускнику эффективно использовать иностранный язык как средство общения в современном поликультурном мире; уметь: вести общение общего и профессионального содержания на иностранном языке в рамках пройденного материала, пользуясь правилами речевого этикета; читать литературу по специальности без

	<p>поддержать разговор в ходе их обсуждения.</p>	<p>словаря с целью поиска и получения необходимой информации профессионального характера; переводить литературу по специальности со словарем; составлять доклады на профессиональную тему;</p> <p>владеть: умениями выражения мысли на иностранном языке в устной и письменной форме при решении задач профессиональной деятельности; умениями общения посредством языка, т.е. передавать мысли и обмениваться ими в различных ситуациях в процессе взаимодействия с другими участниками общения, правильно использовать систему языковых, социокультурных и речевых норм; способностью выбирать способы коммуникативного поведения, адекватные аутентичной ситуации общения; умениями построения целостных, связанных и логичных высказываний разных функциональных стилей речи; навыками и умениями перевода текстов научного стиля.</p>
--	--	--

Таблица 2.
Общепрофессиональные компетенции

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами иностранного языка, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1.Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. ОПК-1.2.Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами иностранного языка, особенностями иных знаковых систем.	знать: языковые средства выражения основных функций языка в соответствии с целевым уровнем владения и задачами профессионального общения; основные средства построения связного, логичного устного и письменного текста; содержание, а также лексические средства выражения основных понятий и категорий в сфере функционирования предприятий, рекламы, маркетинга; уметь: составлять тексты информационного и рекламного характера; владеть: эффективными методами и стратегиями поиска, отбора, переработки и систематизации профессиональной информации; приемами и стратегиями построения устной и письменной коммуникации в соответствии с целевым уровнем владения иностранным языком и отобранной тематикой и ситуациями общения

Содержание дисциплины:

1. Определение понятия «связи с общественностью». Содержание деятельности бакалавра по связям с общественностью.
2. Карьера в сфере рекламы и связей с общественностью.
3. Исследования в сфере связей с общественностью. Методы сбора данных. Модели реализации коммуникационных кампаний.
4. Коммуникационные кампании некоммерческих организаций.
5. Интегрированные коммуникации. Реклама.
6. Работа со средствами массовой информации.
7. Организация мероприятий.
8. Социальная и экологическая ответственность предприятий

Аннотация к рабочей программе дисциплины Интегрированные коммуникации

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области организации и управления коммуникативной деятельностью компании; обеспечения эффективного взаимодействия компании с ее внешней и внутренней средой посредством интегрированных коммуникаций, обеспечивающих синергетический эффект.

Основные задачи дисциплины:

- сформировать у студентов понимание роли и значения интегрированных маркетинговых коммуникаций в деятельности и развитии современной компании;
- выработать у студентов практические навыки, связанные с процессом организации и управления коммуникативной деятельностью компании.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-2 Способен разрабатывать коммуникационные программы, в том числе, антикризисные.

ПК-3 Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям.

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность интегрированных коммуникаций.

Тема 2. Внешние условия реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций. Социально-культурная среда.

Тема 3. Организация интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Тема 4. Разработка стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Тема 5. Коммуникативная политика организации.

Тема 6. Корпоративные коммуникации в системе интегрированных коммуникаций.

Тема 7. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Тема 8. Типы сообщений и инструменты интегрированных коммуникаций.

Тема 9. Связи с общественностью в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Тема 10. Стимулирование сбыта и личные продажи в системе интегрированных коммуникаций.

Тема 11. Бренд компании в системе интегрированных коммуникаций.

Тема 12. Управление взаимоотношениями с покупателями (CRM).

Тема 13. Особенности коммуникативной политики в различных сферах и организационных структурах.

Тема 14. Оценка эффективности коммуникативных стратегий.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Интернет-ресурсы и поисковые системы

Цель дисциплины — формирование у будущих специалистов комплекса знаний, умений и компетенций в сфере интернет-маркетинга и поисковых систем в Интернете.

Основные задачи дисциплины:

- изучение 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.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ПК-1 Способен осуществлять поиск и анализ информации, необходимой для анализа ситуации на рынке.

Содержание дисциплины

Тема 1. Информационная деятельность в сети Интернет

Тема 2. Информационные системы

Тема 3. Информационно-поисковые системы

Аннотация к рабочей программе дисциплины Информационная безопасность и защита информации

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области информационной безопасности и применения на практике методов и средств защиты информации.

Задачи:

- Сформировать у студентов знания о современных тенденциях угроз информационной безопасности, о нормативных правовых документах по защите информации;
- сформировать у студентов устойчивое понимание роли и значения информационной безопасности личности, общества и государства и информационной инфраструктуры общества и государства;
- сформировать у студентов общие представления о современных методах и средствах защиты информации.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ПК-4 Способен организовать профессиональные мероприятия, направленные на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыт продукции.

Структура дисциплины

Раздел 1. Тема 1.1. Основные понятия и определения.

Раздел 1. Тема 1.2 Задачи информационной безопасности.

Раздел 1. Тема 1.3. Угрозы информационной безопасности.

Раздел 1. Тема 1.4. Основы государственной политики и угрозы безопасности Российской Федерации в информационной сфере.

Раздел 1. Тема 1.5. Понятие и виды защищаемой информации.

Раздел 2. Тема 2.1. Общая

характеристика способов и средств защиты информации.

Раздел 2. Тема 2.2. Криптографические методы защиты информации

Раздел 2. Тема 2.3. Методы организации безопасного доступа

Раздел 2. Тема 2.4. Электронная цифровая подпись и цифровые сертификаты

Раздел 2. Тема 2.5. Программно-аппаратные средства защиты информации

Аннотация к рабочей программе дисциплины История (история России, всеобщая история)

Цель дисциплины - является сформировать у студентов развитое историческое сознание, навыки и умения использования инструментария исторической науки в профессиональной деятельности и общественной жизни, а также дать студентам представления об основных этапах и содержании истории России и всеобщей истории с древнейших времен и до наших дней.

Дисциплина изучается всеми студентами, обучающимися в бакалавриате на данном направлении подготовки.

Задачи курса:

- формирование научных взглядов на процесс развития исторических знаний и дискуссий по актуальным проблемам методологии и содержания исторической науки;
- расширение знаний о богатстве содержания всеобщей истории и истории России, противоречивом духовном и практическом опыте деятельности государственных, политических, общественных, религиозных организаций и движений, персоналий мирового исторического процесса, оставивших заметный след в истории;
- утверждение цельного, логически стройного представления о связи отечественного исторического процесса с основными тенденциями и процессами всеобщей истории, истории соседних государств и народов;
- обеспечение преемственности поколений российского общества, формирование у студентов лучших качеств гражданина и патриота России и российской интеллигенции;
- показать, по каким проблемам российской истории ведутся сегодня споры и дискуссии в российской и зарубежной историографии;
- формирование профессионально важных качеств специалиста, позволяющих успешно адаптироваться в социальную среду корпоративных отношений, в том числе и полиэтнических, в процессе трудовой и общественной деятельности.

Дисциплина «История (история России, всеобщая история)» относится к базовой части блока 1 дисциплин учебного плана по направлению обучения 42.03.01. – «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью (программа широкого профиля)». Дисциплина преподаётся на очном отделении первого года набора студентов. Шифр дисциплины в учебном плане Б1.О.02.

Дисциплина «История (история России, всеобщая история)» является базовой для освоения дисциплин «Философия», «Социология», «Психология», «Культурология», «Введение в профессиональную деятельность», «Социология массовых коммуникаций»..

Дисциплина «История (история России, всеобщая история)» дает основные базовые навыки работы с информацией для последующего написания рефератов и курсовых работ, проведения научно-исследовательской работы, включая подготовку и написание ВКР, а также первоначальные навыки публичных выступлений.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знать:

- предмет истории как науки: цели и задачи ее изучения;
- современные теории, взгляды и оценки исторического процесса;
- основные этапы и закономерности исторического развития мирового и российского общества и проблем, лежащих в их основе;
- понятие и классификацию исторического источника;

- влияние на направления и характер исторического развития природно-климатического, геополитического, религиозного фактора, и фактора социальной организации;
- основные методы получения исторического знания;
- систему ценностей мировой и русской народной культур.

Уметь:

- анализировать и излагать в наиболее общих чертах важнейшие события всемирной истории и истории России, а также имена, открытия, выдающиеся памятники мировой и российской науки и культуры;
- проводить хронологические параллели между конкретными событиями мировой и российской истории;
- раскрыть смысл, значение важнейших исторических понятий, идей;
- выделить историческую информацию, необходимую для решения той или иной проблемы, выбрать соответствующий источник;
- сделать вывод и сформулировать решение проблемы на основе анализа, как имеющейся ситуации, так и дополнительно собранной информации;
- самостоятельно выявлять и раскрывать причинно-следственные связи между историческими явлениями и событиями;
- давать оценку историческим явлениям, обосновывать свое отношение к историческим событиям и их участникам, творениям культуры;
- обоснованно высказывать суждения о дискуссионных проблемах всемирной и российской истории;
- увязать полученные знания с проблемами современного развития Мира и России (экономическая, культурная, социальная, политическая жизнь и т.д.).

Владеть:

- навыками выявления и постановки актуальных проблем российской и мировой истории;
- навыками работы с литературой по научной проблеме;
- навыками публичных выступлений и защиты результатов научной работы;
- навыками формирования собственных оценок мирового исторического процесса и современности;
- навыками поиска, анализа и описания исторических фактов.

Содержание дисциплины (темы):

Таблица 1.

№ темы дисциплины	Тематика лекционных и практических занятий
1	История как наука. Функции и методы исторического познания. Первобытная эпоха в истории человечества. Государства Древнего Востока. Античные государства.
2	Культура эпохи Первобытного общества. Специфика цивилизаций Древнего Востока.
3	Античные государства.
4	Цивилизация Древней Руси. Русь в Средние века. Московское централизованное государство.

5	Особенности становления государственности в России. Русские земли в XIII – XV вв.
6	Россия в XVI – XVII вв. в контексте развития европейской цивилизации.
7	Европа и мир в эпоху Средневековья и Нового времени (У – нач. XX вв.). Особенности развития и основные события.
8	Становление и развитие Средневековой Европейской цивилизации.
9	Европа и мир в Новое время. Великая Французская революция 1789 – 1794 гг. Франция в эпоху Наполеона.
10	Российская империя в XVIII – начале XX в. Особенности российского абсолютизма.
11	Россия и мир в XVIII – XIX вв.: попытки модернизации и промышленный переворот.
12	Россия в начале XX столетия. Участие России в Первой мировой войне.
13	Мировые войны XX столетия: причины и последствия. Критика фальсификации Второй мировой и Великой Отечественной войн.
14	Российские революции начала XX века. Альтернативы развития страны. Гражданская война и интервенция.
15	СССР в 1920-1930-х гг.
16	Ведущие страны мира во второй половине XX – первые десятилетия XXI вв. Основные тенденции мирового развития на современном этапе.
17	Россия и Франция: дружба и сотрудничество в период мировых войн XX столетия. Вторая мировая и Великая Отечественная война. Критика фальсификации истории Второй мировой и Великой Отечественной войны.
18	СССР во второй половине 1940-х – 1991 гг. Распад СССР.
19	Советский Союз в 1953 – 1991 гг.: от сверхдержавы к распаду. Новая Россия конец XX – начало XXI в. Глобальные проблемы современности.
20	Основные тенденции мирового развития. Вторая половина XX столетия – первые десятилетия XXI в.
21	Становление новой российской государственности. 1990-е гг. Россия в первые десятилетия XXI вв.

Аннотация к рабочей программе дисциплины История мировой культуры и искусства

Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «История мировой культуры и искусства» является формирование теоретических знаний о происхождении, сущности, структуре, функциях и закономерностях развития мирового искусства. Освоение истории мировой и отечественной культуры и искусства предполагает выработку у студентов представлений о многообразии региональных репрезентаций культуры и искусства от древности до современности, а также способности визуально их различать и воспроизводить.

Изучение дисциплины преследует также цель углубить гуманитарную подготовку студентов, помочь им ориентироваться в произведениях искусства различных эпох и регионов мира, понимать значение культурных символов, разбираться в основных направлениях в художественном искусстве, литературе, музыке, кино-искусстве и т.д. Ознакомление с основными разделами дисциплины позволит выработать понимание того, что такое творческая деятельность, в чем она проявляется, какие существуют средства ее выражения и какие этапы становления она прошла в истории мировой культуры.

Задачами дисциплины являются:

- усвоение основных вех истории мировой культуры и закономерностей ее развития;
- формирование представления о достижениях и этапах развития истории мирового искусства в конкретных его проявлениях и противоречиях;
- изучение основных проблем культуры и искусства, основных художественных направлений и школ;
- приобретение навыков анализа и оценки различных видов и объектов мирового искусства;
- выработка мировоззренческих представлений о культурном многообразии и единстве человечества, о роли человека в эволюции культуры и искусства в исторической перспективе;
- создание условий для использования знания дисциплины в профессиональной деятельности и в быту;
- формирование бережного отношения к культурному наследию человечества.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Структура дисциплины

Тема 1. Введение в историю мировой культуры и искусства

Тема 2. Первобытное искусство и его изобразительные формы.

Тема 3. Искусство цивилизаций Древнего Востока

Тема 4. Античное искусство. Архитектура, скульптура, музыка и театр в Древней Греции и Древнем Риме.

Тема 5. История искусства эпохи Средневековья и Возрождения.

Тема 6. История искусства Западной Европы Нового времени.

Тема 7. Западноевропейское искусство Новейшего времени.

Тема 8. История развития искусств на Руси и в России.

Тема 9. Современные формы культуры и искусства, их визуальные репрезентации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Копирайтинг

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области обеспечения эффективного взаимодействия организации с ее внешней и внутренней средой посредством создания рекламных и PR - текстов.

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса;
- познакомить с мировым и отечественным опытом работы в области копирайтинга;
- сформировать навыки критического анализа рекламных кампаний, научить анализировать рекламные и PR – тексты;
- сформировать базовые практические навыки разработки текстовой части PR и рекламной продукции.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность копирайтинга.

Тема 2. Методы создания рекламного продукта.

Тема 3. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы.

Тема 4. Коммуникативные стратегии рекламных текстов.

Тема 5. Виды текстов в рекламе и PR.

Тема 6. Структурная организация текстовых сообщений в рекламе.

Тема 7. Редактирование текстов.

Тема 8. Процесс создания рекламного и PR текстов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Корпоративные коммуникации

Цель дисциплины - подготовка бакалавров, владеющих знаниями в объеме, необходимом для понимания основных форм, методов и принципов построения корпоративной политики социального субъекта, использования рекламных и PR-технологий в формировании корпоративной идентичности организации компании, способствующих решению профессиональных задач в процессе организационного взаимодействия и обеспечивающих эффективное исполнение служебных (трудовых) обязанностей.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у бакалавров представления о сущности основных видах корпоративных коммуникаций
- формирование представления об особенностях применения современного инструментария корпоративных коммуникаций и его теоретического обоснования;
- ознакомление бакалавров с перспективными технологиями и новейшими результатами практических разработок в данной области;
- формирование способности использования методик выработки практических навыков принятия эффективных управленческих решений в условиях рыночных отношений.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать:

основные стилистические особенности письменной формы языка; язык служебных документов; направления и приемы совершенствования навыков грамотного письма; особенности планирования коммуникационной деятельности; цели маркетинговых коммуникаций; особенности осуществления мониторинга и контроля коммуникационной деятельности компании.

Уметь:

использовать разные формы деловой речи в письменной сфере; осуществлять актуализацию коммуникационной деятельности компании; достигать синергетического эффекта при планировании коммуникационной деятельности; разрабатывать коммуникационные программы с учетом особенности отрасли и характеристики целевой аудитории

Владеть:

Навыками использования того или иного стиля в устной и письменной речи; риторического общения в письменной форме речи; владеть риторическими формами общения в официальной и неофициальной сфере письменной речи; эффективными способами планирования коммуникационной деятельности; методами разработки коммуникационных программ; навыками оценки эффективности коммуникационной деятельности компании.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Система корпоративных коммуникаций в коммерческой структуре.

Функции специалиста по корпоративным коммуникациям.

Инструменты внутрикорпоративных коммуникаций.

Внутрикорпоративные мероприятия: основные виды.

Фирменный стиль в системе корпоративных PR.

Корпоративная культура и кодекс этики в системе внутрикорпоративных PR.

Оценка эффективности корпоративных PR.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Корпоративная и социальная ответственность

Цель дисциплины – приобретение студентами теоретических знаний, умений и практических навыков в области корпоративной социальной ответственности как стратегической цели современной компании, возможностей КСО в создании положительного имиджа и укреплении деловой репутации, освоения новых технологий для решения социальных проблем.

Основные задачи дисциплины:

- сформировать представление о базовых определениях и терминах в сфере корпоративной социальной ответственности;
- сформировать представление о проблемах и преимуществах социально ответственного бизнеса в России;
- определить основные подходы к реализации и управлению социальными программами компании.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Содержание дисциплины:

1. введение. Сущность корпоративной социальной ответственности.
2. Определение базового уровня КСО.
3. Эволюция концепций социальной ответственности.
4. Социальные программы российского бизнес-сообщества.
5. Социальная отчетность компании.
6. Стандартизация корпоративной социальной ответственности.
7. Современные тенденции в области КСО.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Кросс-культурная коммуникация

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области межкультурной коммуникации современного поликультурного пространства с целью применения в профессиональной сфере специалиста по рекламе и связям с общественностью

Основные задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными теориями, терминами моделями и основными подходами изучения межкультурной коммуникации;
- привить навыки межкультурного взаимодействия: культурная диффузия, культурный конфликт, этикет;
- познакомить с понятием субкультур и их взаимодействия с доминантной культурой.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

ПК-3 Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям.

Содержание дисциплины

Тема 1. Кросс-культурная коммуникация и ее роль в современном обществе.

Тема 2. Культура и культурное многообразие мира.

Тема 3. Межкультурная адаптация и понятие культурного шока.

Тема 4. Культурная идентичность.

Тема 5. Русская культура в контексте кросс-культурной коммуникации.

Тема 6. Различия межкультурных коммуникаций и межкультурный конфликт.

Тема 7. Кросс-культурная коммуникация в профессиональной сфере.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Культурология

Цель дисциплины - Целью освоения дисциплины «Культурология» является формирование теоретических знаний о происхождении, сущности, структуре, функциях и закономерностях развития культуры. Освоение культурологической проблематики предполагает выработку у студентов представлений о многообразии культурно-исторических классификаций и методов анализа культурных феноменов.

Изучение дисциплины преследует также цель углубить гуманитарную подготовку студентов, помочь им ориентироваться в мире культурных символов, направлений в искусстве, литературе, музыке и т.д. Ознакомление с основными разделами дисциплины позволит выработать понимание того, что любая деятельность невозможна вне культуры, она – душа и лицо любого народа, а так же сформировать осознанный интерес к истории развития культуры родной страны.

Задачи курса:

- усвоение основных вех истории мировой культуры и закономерностей ее развития;
- формирование представления о достижениях и этапах развития истории отечественной культуры в конкретных ее проявлениях и противоречиях;
- изучение основных проблем теории культуры и основных направлений и школ в Культурологии;
- приобретение навыков анализа и оценки различных видов и явлений культуры и искусства;
- выработка мировоззренческих представлений о культурном многообразии и единстве человечества, о роли человека в эволюции культуры в исторической перспективе;
- создание условий для использования знания дисциплины в профессиональной деятельности и в быту;
- формирование бережного отношения к культурному наследию человечества.

Курс дисциплины «Культурология» относится к базовой части блока 1 дисциплин учебного плана по направлению и профилю обучения 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина «Культурология» тесно связана с рядом гуманитарных дисциплин, таких как «История», «Философия», «Социология», «Психология». Параллельно с дисциплиной «Культурология» изучается дисциплина «История мировой культуры и искусства».

Преподается на очном отделении первого года набора студентов. Шифр дисциплины в учебном плане Б1.0.12.

Дисциплина «Культурология» дает основные базовые знания мировой и отечественной культуры, а также навыки работы с информацией для последующего написания рефератов и курсовых работ, проведения научно-исследовательской работы, включая подготовку и написание ВКР.

Для освоения данной дисциплины, обучающиеся должны иметь среднее общее образование и прослушать гуманитарный блок дисциплин.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знания:

- базовых ценностей мировой культуры;
- системы ценностей русской народной культуры;
- закономерностей развития природы, общества и мышления.

Умения:

- анализировать и излагать в наиболее общих чертах основные особенности мировой и отечественной культуры;
- показать знание основных исторических фактов, событий, явлений, процессов, дат, имен, выдающихся памятников культуры;
- раскрыть смысл и значение основных общемировых понятий культуры;
- самостоятельно выявлять и раскрывать причинно-следственные связи между историческими явлениями и событиями мировой культуры;
- описать основные элементы и произведения мировой и русской культуры, обосновывать свое отношение к творцам и деятелям культуры и их творениям;
- высказывать суждения о дискуссионных проблемах мировой и российской культуры;
- увязать полученные знания с проблемами современного развития России (экономическая, культурная, историческая, социальная, политическая жизнь и т.д.).

Владение навыками:

- работы с литературой по научной проблеме;
- способностью к восприятию, обобщению и анализу информации;
- формирования собственных оценок развития культурно-исторического процесса в прошлом и в современности;
- постановке цели и выбору оптимальных путей ее достижения.

Содержание дисциплины (темы):

Таблица 1.

№ темы дисциплины	Тематика лекционных и практических занятий
1	Культурология как самостоятельная область научного знания.
2	Становление и основные этапы развития культурологии
3	Феномен культуры. Структура, уровни и функции культуры.
4	Происхождение культуры и ее ранние формы.
5	Социокультурные характеристики первобытного общества.
6	Культуры древних аграрных цивилизаций
7	Культуры стран древнего Востока - Индия, Китай, Япония, центральная и юго-восточная Азия.
8	Культуры народов Африки и Латинской Америки
9	Культура арабо-мусульманского мира
10	Культуры союзных южных республик и народов России.
11	Возникновение и особенности славянской культуры.
12	Возникновение и особенности европейской культуры

13	Классификации религиозных систем и проблема происхождения религии.
14	Мировая культура на грани XX и XXI веков

Аннотация рабочей программы дисциплины Логика и теория аргументации

Цель освоения дисциплины «Логика и теория аргументации» является сформированная устойчивая способность к обобщению, анализу, широкому и глубокому восприятию информации, постановки деятельностной цели и способов ее достижения, а также способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и брать на себя ответственность за решение их.

Задачи:

- заложить у обучающихся основы логической культуры мышления; научить главным позициям логического мышления: операциям с понятием, суждением, умозаключением;
- научить, используя эти понятия, главным принципам доказательной аргументированной речи;
- показать отличие логической аргументации от псевдологической (софистической, призванной скрыть манипуляцию сознанием);
- познакомить с принципами научного доказательства;

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК -1Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК -1.1Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие

УК - 1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи

УК - 1.3Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов

УК – 1.4 При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения

УК – 1.5 Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки

УК – 2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК - 2.1Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними

УК - 2.2 Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта

Содержание дисциплины

Вводная лекция. Логика как наука о правильном, определенном, непротиворечивом, последовательном и доказательном (обоснованном) мышлении; наука о законах, формах, методах мышления.

Профессиональная точка зрения на логику восходит к взглядам рационалистов XVII в.:Р. Декарту и Г. Лейбницу. Специфический предмет логики – истина, которая является регулятором теоретической и практической деятельности.

История формирования логики как науки в Древней Греции. Социально-исторические условия формирования науки (школы софистов, демагогов, философов и др. направлений). Аристотель и его вклад в развитие логики и риторики.

Понятие. Общая характеристика понятия. Понятие в соотношении с денотатом (реальным предметом) – логика; понятие в соотношении со словом языка – семантика; понятие в соотношении со смыслом – прагматика. (Понятие в структуре: знак – значение – имя). Способы образования понятия: абстрагирование, сравнение, анализ, синтез, обобщение. Содержание и объем понятия. Виды понятий по объему. Соотношение понятий по объему. Виды понятий по содержанию. Обобщение и ограничение понятия. Деление понятия. Правила деления и ошибки, возможные при делении. Классификация понятий. Определение понятий; виды определения. Правила определения, ошибки, возможные при определении.

Суждения. Сложные суждения и их виды в соответствии с видом связи. Характер истинности / ложности суждений в их соотношении. Структура сложного суждения, передаваемого простым предложением группой однородных членов. Логический анализ сложных суждений. Формула сложного суждения. Таблица истинности для сложных суждений. Сильные формулы сложных суждений семантические таблицы для анализа сложных суждений. Правильность построения семантических таблиц. Модальность суждений (алетическая, деонтическая, модальности оценок, модальности времени и места).

Умозаключение. Структура умозаключения. Сущность логического вывода. Непосредственные умозаключения. Превращение. Обращения суждений. Противопоставление предикату. Противопоставление субъекту. Простой категорический силлогизм. Правила категорического силлогизма. Фигуры категорического силлогизма. Модусы фигур.

Образовательные технологии, используемые в ходе изучения дисциплины:
Лекции, выступления, анализ конкретных примеров.

Оценочные средства: опрос, практические задания, контрольная работа. Вид итогового контроля: зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Цель дисциплины — формирование у студентов профессиональных знаний, умений, навыков и компетенций в сфере маркетинговых исследований и ситуационного анализа деятельности организации.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у студентов понимания роли и значения маркетинговых исследований в деятельности современных организаций;
- выработка у студентов устойчивых знаний о методологии и методах маркетинговых исследований, а также основах анализа;
- формирование у студентов навыков организации и проведения маркетинговых исследований, а также анализа внешней и внутренней среды организации.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать:

- принципы анализирования задачи, выделяя ее базовые составляющие
- способы определения и ранжирования информации, требуемой для решения поставленной задачи
- способы поиска информации для решения, поставленной задачи по различным типам запросов
- основные способы при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения
- способы выбора возможных вариантов решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
- принципы и методы применения основных технологий маркетинговых исследований для получения достоверной информации о воздействии коммуникационного продукта на целевую аудиторию.
- методы поиска информации и ее анализ для использования в управлении ситуацией на рынке продукции.
- особенности разработки критериев оценки эффективности коммуникационной деятельности компании.
- особенности составления аналитических отчетов коммуникационной деятельности компании

Уметь:

- анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие
- определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи;
- осуществлять поиск информации для решения, поставленной задачи по различным типам запросов
- при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения
- рассматривать и предлагать возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки;
- осуществлять поиск информации и ее анализ для использования в управлении ситуацией на рынке продукции.

- применять основные технологии маркетинговых исследований для получения достоверной информации о воздействии коммуникационного продукта на целевую аудиторию.
- разрабатывать критерии оценки эффективности коммуникационной деятельности компании
- подготавливать и проводить презентации результатов коммуникационной деятельности компании

Владеть:

- навыками анализа задачи, выделяя ее базовые составляющие
- методами определения и ранжирования информации, требуемой для решения поставленной задачи
- методами поиска информации для решения, поставленной задачи по различным типам запросов
- методами при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения
- методами выбора и представления возможных вариантов решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
- навыками поиска информации и ее анализа для использования в управлении ситуацией на рынке продукции
- методами применения основных технологий маркетинговых исследований для получения достоверной информации о воздействии коммуникационного продукта на целевую аудиторию.
- навыками составления отчетов и представления результатов по критериям оценки эффективности коммуникационной деятельности компании
- навыками составления отчетов и проведения презентаций коммуникационной деятельности компании

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Понятие, типология маркетингового исследования.

Организация и процесс маркетинговых исследований.

Подходы и методология маркетинговых исследований.

Система маркетинговой информации

Методы проведения маркетинговых исследований

Особенности исследования средств маркетинговой коммуникации (реклама, PR)

Международные и этические аспекты маркетинговых исследований

Цели и методология маркетингового анализа

Анализ коммуникативной политики компании

Конъюнктурный и стратегический маркетинговый анализ

Аннотация к рабочей программе дисциплины Медиарынок в интернете

Цели дисциплины – формирование комплекса знаний, умений и компетенций в области исследования рыночных процессов в интернет-медиа, использования современного инструментария при работе с интернет-медиа а также стимулирование творческого подхода к работе в этой области.

Основные задачи дисциплины:

- познакомить студентов с ключевыми понятиями, целями и задачами интернет-медиа;
- сформировать навыки анализа конкурентной среды медиарынка, разработки стратегии присутствия продукта (компании) на медиарынке;
- сформировать навыки самостоятельного управления каналами коммуникации на медиарынке;
- овладеть навыками использования современных инструментов, применяемых в работе на медиарынке (в части управления каналами, мониторинга, анализа).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять поиск и анализ информации, необходимой для анализа ситуации на рынке.

ПК-6 Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов.

Содержание дисциплины

Тема 1. Структура медиарынка, сайты, домены.

Тема 2. Виды рекламы в интернет.

Тема 3. Социальные медиа и аудитория интернет-пространства.

Тема 4. Мобильные сервисы.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Медиаманипуляции массовым сознанием

Целью дисциплины является формирование у студентов знаний, навыков и компетенций в области манипуляции общественным сознанием в медиа пространстве, а также методов противодействия манипуляции и информационным угрозам.

Задачи изучения дисциплины:

- познакомить студентов с приёмами манипуляции в СМИ и способами противодействия манипуляции;
- выработка у студентов понимания и уважения этических и правовых норм, которые распространяются на использование средств коммуникативного воздействия и манипулирования в сфере масс-медиа.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-6 Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов.

Содержание дисциплины

Тема 1. Влияние на личность в структуре человеческого взаимодействия.

Тема 2. Технологии влияния на сознание и поведение людей.

Тема 3. Манипуляция в массовых информационных процессах.

Тема 4. Методы защиты от манипуляции.

Тема 5. Особенности формирования общественного мнения.

Тема 6. Средства массовой информации как инструмент манипулирования общественным мнением.

Тема 7. Роль СМИ в органах государственного управления.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Медиапланирование и современные медиа

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций для осуществления профессиональной деятельности в области планирования коммуникационных кампаний и мероприятий организаций; оценки эффективности медианосителей.

Основные задачи освоения дисциплины:

- познакомиться с ключевыми показателями медиапланирования
- сформировать практические навыки медиапланирования и исследования средств массовой коммуникации, новых медиа;
- сформировать практические навыки выбора рекламоносителей, эффективного для конкретной задачи;
- освоить методы оценки эффективности медианосителей.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

ПК-1 Способен осуществлять поиск и анализ информации, необходимой для анализа ситуации на рынке.

ПК-3 Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям.

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в медиапланирование.

Тема 2. Маркетинговые стратегии и медиапланирование.

Тема 3 Структурные компоненты медиаплана.

Тема 4. Целевая аудитория как ключевое понятие медиапланирования.

Тема 5. Особенности формирования медиапространства: проблема конгломерации.

Тема 6. Средства распространения информации.

Тема 7. Рекламные кампании: цели, структура, типология.

Тема 8. Процессы медиапланирования: основные этапы, ресурсы, средства контроля.

Тема 9. Оптимизация медиаплана.

Тема 10. Характеристики и особенности основных медиаканалов.

Тема 11. Характеристика новых медиа.

Тема. 12. Изменение медиаплана при возникновении незапланированной или кризисной ситуацией.

Тема 13. Исследования аудитории медианосителей и схемы охвата.

Тема 14. Распределение бюджета и эффективность медиаплана.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Международный маркетинг

Цель дисциплины — формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области организации и управления маркетинговой деятельностью на глобальных рынках, применительно к профессиональной деятельности в рекламе и PR.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у студентов понимание особенностей международного маркетинга; выработка у студентов устойчивые знания о ключевых разделах современного маркетинга, функциях и механизмах международного маркетинга;
- формирование системно-целостное видение социально-экономической сущности механизмов взаимодействия участников рынка;
- выработка у студентов навыков организации и управления маркетингом, маркетинговыми коммуникациями на глобальных рынках.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать:

- круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними
- способы планирования реализации задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм;
- способы выполнения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректировки способов решения задач;
- способы выполнения задач в системе общественных и государственных институтов, способы выполнения задач в системе общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;
- основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;
- особенности применения знаний сегментирования целевых аудиторий для разработки коммуникационных обращений;
- особенности воздействия коммуникационных обращений на целевые аудитории;
- особенности оценки эффективности выбранных каналов и коммуникационного воздействия на целевые аудитории.

Уметь:

- анализировать круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними
- применять способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта
- планировать реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм
- выполнять задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректировать способы решения задач
- ориентироваться в системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития
- ориентироваться в системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития

- разрабатывать критерии оценки основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
- применять знания сегментирования целевых аудиторий для разработки коммуникационных обращений
- учитывать особенности воздействия коммуникационных обращений на целевые аудитории.
- применять знания оценки эффективности выбранных каналов и коммуникационного воздействия на целевые аудитории.
- применять знания оценки эффективности выбранных каналов и коммуникационного воздействия на целевые аудитории.

Владеть:

- навыками определения круга задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними
- способностью применять способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты;
- оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта
- способами планирования реализации задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм
- способами выполнения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректировки способов решения задач
- ориентирами в системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития
- методами оценки основных тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
- навыками применения знаний сегментирования целевых аудиторий для разработки коммуникационных обращений
- навыками воздействия коммуникационных обращений на целевые аудитории с учетом их особенностей.
- навыками оценки эффективности выбранных каналов и коммуникационного воздействия на целевые аудитории.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Концепция международного маркетинга.
 Ключевые характеристики глобального рынка
 Протекционистская политика государств.
 Особенности комплекса маркетинга в компании, выходящей на зарубежный рынок
 Особенности управления маркетингом в глобальных компаниях
 Специфика продвижения товара на зарубежный рынок.
 Маркетинговые коммуникации компании, выходящей на зарубежный рынок

Аннотация к рабочей программе дисциплины Межкультурная коммуникация и этикет

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области межкультурной коммуникации современного поликультурного пространства с целью применения в профессиональной сфере специалиста по рекламе и связям с общественностью

Основные задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными теориями, терминами моделями и основными подходами изучения межкультурной коммуникации;
- привить навыки межкультурного взаимодействия: культурная диффузия, культурный конфликт, этикет;
- познакомить с понятием субкультур и их взаимодействия с доминантной культурой.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

ПК-3 Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям.

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Основные понятия и категории дисциплины.

Тема 2. Культурно-антропологические основы межкультурной коммуникации.

Тема 3. Межкультурная коммуникация и аккультурация.

Тема 4. Типологии культур.

Тема 5. Русская культура в контексте межкультурной коммуникации.

Тема 6. Различия межкультурных коммуникаций
и межкультурный конфликт.

Тема 7. Межкультурная коммуникация и этикет в профессиональной среде.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Основы менеджмента

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области управления современной организацией с целью устойчивого развития и достижения высоких результатов на рынке.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у студентов теоретических знаний в области менеджмента;
- формирование у студентов навыков управления средами организации;
- ознакомление студентов с современными методами управления организацией;
- ознакомление студентов с механизмом принятия решений и оценкой их эффективности;
- выработка умений в управлении коммуникациями, персоналом, конфликтами.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

ПК-7 Способен осуществлять контроль и оценку коммуникационной деятельности компании.

Структура дисциплины

Тема 1. Сущность менеджмента

Тема 2. Эволюция управленческой мысли

Тема 3. Организация как объект менеджмента

Тема 4. Структура управления организацией

Тема 5. Организационная культура.

Тема 6. Управленческая этика и социальная ответственность организации

Тема 7. Принятие управленческих решений

Тема 8. Управление персоналом организации

Тема 9. Лидерство в организации

Тема 10. Управление изменениями в организации

Тема 11. Коммуникации в управлении организацией

Тема 12. Стратегическое и антикризисное управление

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов комплекса знаний, умений, навыков и компетенций по организации работы отделов рекламы и связей с общественностью коммерческих и некоммерческих организаций, а также интеграции отделов рекламы и связей с общественностью в структуру организации.

Основные задачи дисциплины:

- сформировать у студентов представление о функциях, задачах, принципах работы отделов рекламы и связей с общественностью;
- познакомить со статусом и структурой отделов рекламы и связей с общественностью;
- выработать у студентов практические навыки, связанные с процессом организации отделов рекламы и связей с общественностью и управления взаимодействием с другими структурными элементами организации.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-7 Способен осуществлять контроль и оценку коммуникационной деятельности компании.

Содержание дисциплины

Тема 1. Структура и принципы организации отделов рекламы и связей с общественностью (PR) в компаниях и государственных органах.

Тема 2. Планирование работы рекламного и PR-отделов.

Тема 3. Этика и культура рекламной и PR- деятельности.

Тема 4. Аналитическая деятельность рекламного и PR-отделов.

Тема 5. Внутрикorporативные коммуникации и отношения с персоналом.

Тема 6. Формирование внешнего коммуникационного пространства организации.

Тема 7. Роль PR- отдела в реализации общекorporативной стратегии.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Основы дизайна

Цель освоения дисциплины – формирование у обучающихся общего представления о дизайне, как вида прикладного искусства, его роли в рекламной деятельности с изучением основных законов композиции.

Задачи:

- формирование представления о дизайне, его роли в рекламе, как средства визуальной коммуникации;
- изучение законов композиции в дизайне;
- изучение шрифтовой культуры;
- формирование базовых навыков создания компьютерных дизайн-макетов.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- виды рекламной графики, этапы дизайн-проектирования
- проектные приемы разработки рекламного образа
- основные стили и направления в дизайне
- средства художественной выразительности

Уметь:

- Определять отличительные особенности печатной продукции
- составлять шрифтовые композиции в рекламной продукции
- применять теоретические знания в сфере графического дизайна на практике
- составлять композиции в графических программах

Владеть:

- средствами гармонизации композиции
- компьютерными программами для составления шрифтовых композиций
- основными терминами в сфере отечественного и мирового культурного процесса
- начальными навыками работы в графических программах

Содержание дисциплины (разделы, темы):

1. История дизайна.

- 1.1. Дизайн, как вид прикладного искусства, его роль в рекламной деятельности.
- 1.2. Основные стили и направления в дизайне.
- 1.3. История советского дизайна.
- 1.4. История европейского дизайна.

2. Изучение основ композиции в дизайне

- 2.1. Основные принципы композиции.
- 2.2. Средства гармонизации композиции.
- 2.3. Красота замысла, идеи, формы.
- 2.4. Специфика процесса восприятия визуальной информации.

3. Цвет в дизайне

- 3.1. Теория цвета.
- 3.2. Цветовая гармония.
- 3.3. Психология цветового восприятия медиапродуктов, и коммуникационных продуктов

4. Виды рекламной графики

- 4.1. Художественная графика

4.2. Фотография

4.3. Типографика

5. Дизайн-разработка рекламной графики для медиа- и коммуникационных продуктов

Аннотация к рабочей программе дисциплины Основы маркетинга

Цель дисциплины — формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области организации и управления маркетинговой деятельностью в рамках пред-приятий (организаций) различных форм собственности и сфер деятельности..

Основные задачи дисциплины:

- формирование у студентов понимания роли и значения маркетинга в деятельности современных организаций;
- выработка у студентов устойчивых знаний о ключевых разделах современного маркетинга, функциях и механизмах маркетинга;
- формирование системно-целостного видения социально-экономической сущности механизмов взаимодействия участников рынка;
- выработка у студентов навыков организации и управления маркетингом, маркетинговыми коммуникациями.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать

принципы определения круга задач в рамках поставленной цели, и связи между ними; способы решения поставленных задач и определения ожидаемых результатов, оценки предложенных способов с точки зрения соответствия цели проекта; принципы планирования реализации задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм; принципы выполнения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректировки способов решения задач; принципы социальной ответственности за ведение профессиональной деятельности, кодексы и этические нормы социальной ответственности, принятые профессиональным сообществом.

Уметь

анализировать эффекты и последствия определения круга задач в рамках поставленной цели, и связи между ними; анализировать эффекты и последствия предложения способов и решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценки предложенных способов с точки зрения соответствия цели проекта; анализировать эффекты и последствия планирования реализации задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм; в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректировки способов решения задач; анализировать эффекты и последствия профессиональной деятельности; осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормами социальной ответственности, принятыми профессиональным сообществом.

Владеть

навыками определения круга задач в рамках поставленной цели, и связи между ними; навыками разработки способов решения поставленных задач и ожидаемых результатов; навыками оценки предложенных способов с точки зрения соответствия цели проекта;

навыками планирования реализации задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм;
навыками оценки выполнения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректировки способов решения задач;
навыками оценки последствий профессиональной деятельности;
методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Понятие и сущность маркетинга.

Этапы развития маркетинга.

Организация маркетинга в компании

Классификация и виды маркетинга

Маркетинговые исследования. Маркетинговая информация

Сегментирование рынков

Комплекс средств маркетинга. Товарная политика

Ценовая политика.

Каналы продвижения товара на рынок

Коммуникативная политика

Стратегия, программа и план маркетинга

Аннотация к рабочей программе дисциплины Основы теории коммуникации

Целью освоения дисциплины является овладения студентами коммуникативной компетенции, формирование комплекса знаний и навыков в области коммуникологии, способствующего созданию коммуникационных моделей, проектов и мероприятий, использующих естественные и искусственные коммуникационные каналы.

Задачи освоения дисциплины:

- познакомить студентов с понятиями, принципами и основными теориями коммуникации;
- показать связь теории коммуникации с семиотикой и лингвистикой, философией, психологией;
- сформировать у студентов понимание структуры и моделей коммуникативного акта в различных сферах коммуникации (межкультурная, межличностная, массовая, организационная и т.п.);
- создать представление о личностных аспектах коммуникаторов;
- познакомить с методами исследования коммуникации.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Содержание дисциплины

Тема 1. Теория коммуникации в системе наук

Тема 2. Исторические вехи развития коммуникации

Тема 3. Модели и структурные компоненты коммуникации

Тема 4. Семиотика и семиотический подход в коммуникации

Тема 5. Коммуникационные каналы: естественные

Тема 6. Коммуникационные каналы: искусственные

Тема 7. Синтетические виды коммуникации

Тема 8. Коммуникативная личность

Тема 9. Межличностная коммуникация

Тема 10. Массовая коммуникация

Тема 11. Межкультурная коммуникация

Тема 12. Эффективность коммуникации

Тема 13. Коммуникация в различных сферах социальной жизни

Тема 14. Методы исследования коммуникации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Планирование и бюджетирование в рекламе и PR

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Планирование и бюджетирование в рекламе и PR» является приобретение студентами теоретических знаний, умений и практических навыков в области планирования и бюджетирования, применительно к деятельности специалистов в области рекламы и связей общественностью.

Задачи:

- Научить обучающихся основным понятиям о методике планирования и бюджетирования;
- Дать знания об экономических показателях, содержащихся в планах и бюджетах ;
- Обеспечить формирование теоретических знаний и навыков анализов выполнения бюджетов;
- Научить выявлять резервы роста производительности труда, снижения себестоимости продукции, работ, услуг и роста прибыли организации.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Планирование и бюджетирование в рекламе и PR» относится к вариативной части блока 1 дисциплины (модули) дисциплин, формируемой участниками образовательных отношений, и является обязательной для изучения дисциплины при освоении ОПОП по направлению 38.03.01 – «Экономика», профиль подготовки – «Экономика и управление на предприятии».

Дисциплина «Планирование и бюджетирование в рекламе и PR» преподается в 6 семестре, для очной форм обучения. Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин «Реклама в коммуникационном процессе», и др. Знания, полученные по данной дисциплине. Служат основой для, преддипломной практики, подготовке к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта;

УК 2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач

ПК-6.1. Применяет знания по разработке коммуникационных проектов и мероприятий

ПК – 7.2. Разрабатывает критерии оценки эффективности коммуникационной деятельности компании

4.3 Содержание тем дисциплины

Название темы

Планирование. Виды планов.

Понятие «бюджет» Функции бюджета. Сметное планирование.

Разработка генерального бюджета организации

Аннотация к рабочей программе дисциплины

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – бакалавр

Цель дисциплины: формирование знаний, умений и компетенций в области управления потребительским поведением, выявления причинно-следственных связей, понимания различных ситуаций, общественных проблем с позиций потребителя.

Задачи дисциплины:

- сформировать комплекс знаний о современных концепциях, подходах и методах управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг и идей;
- привить навыки использования социально-психологических методов для анализа покупательского поведения.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-3 Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям.

Содержание дисциплины

Тема 1. Внутренние и внешние факторы среды, влияющие на поведение потребителей.

Тема 2. Психографика.

Тема 3. Типы поведения потребителей.

Тема 4. Принятие решений потребителем.

Тема 5. Права потребителей.

Тема 6. Маркетинг и поведение потребителей.

Тема 7. Сегментация рынка.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Правоведение и антикоррупционные стандарты поведения

Цель освоения дисциплины – подготовка бакалавров, владеющих знаниями в объеме, необходимом для понимания основных категорий правоведения, таких как теория государства и права, конституционное право России, гражданское право, семейное право, трудовое право, административное право, уголовное право, антикоррупционное законодательство и др.

Задачи:

- анализировать основные этапы развития правовой системы России для формирования активной гражданской позиции;
- формировать основы юридической грамотности студентов;
- на основе общих подходов и конкретных примеров (материалов законодательства РФ, юридических документов, анализа практических ситуаций) раскрыть наиболее значимые направления правоведения;
- уметь использовать основы правовых знаний в различных областях профессиональной деятельности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Содержание дисциплины

Тема 1. Основы теории государства и права.

Тема 2. Особенности конституционного права России.

Тема 3. Правоотношения в сфере гражданского права. Институты гражданского права.

Тема 4. Правоотношения в сфере семейного права.

Тема 5. Правоотношения в сфере трудового права.

Тема 6. Основы административного права Российской Федерации. Основы уголовного права РФ.

Тема 7. Правовые основы противодействия коррупции в Российской Федерации.

Тема 8. Зарубежный опыт противодействия коррупции.

Тема 9. Формы и виды ответственности государственных и муниципальных служащих за коррупционное поведение.

Тема 10. Антикоррупционная стратегия государства и общества.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Практика ивент-менеджмента

Цель дисциплины – формирование комплекса знаний, умений и компетенций в области организации и управления публичными, развлекательными и корпоративными событиями (ивентами), применительно к профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью.

Задачи дисциплины:

- сформировать систему знаний о сущности, принципах, способах организации и методах управления публичными, развлекательными и корпоративными событиями (ивентами);
- привить навыки планирования ивента и анализа его эффективности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-4 Способен организовать профессиональные мероприятия, направленные на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыт продукции.

ПК-6 Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов.

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятия и основы ивент-менеджмента

Тема 2. Ивент-проект: этапы и составляющие

Тема 3. Технологии продвижения мероприятий

Тема 4. Безопасность и страхование ивент-проектов

Тема 5. Креатив и дизайн в ивент-индустрии: разработка креативной концепции ивент-мероприятия

Тема 6. Спонсорство и партнерство при реализации ивент-проектов

Тема 7. Имиджевые мероприятия: мировые тенденции, особенности проектирования и управления

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Программное обеспечение профессиональной деятельности в рекламе

Цель освоения дисциплины – формирование у обучающихся практических навыков работы в графических редакторах для создания рекламы и (или) иных коммуникационных продуктов.

Задачи:

- изучение спектра современных программных средств в рекламе, их возможностей;
- изучение возможностей графических редакторов Adobe Photoshop, Adobe Illustrator и приобретение практических навыков работы с ними;
- формирование представления о целесообразности использования тех или иных программных средств для эффективного решения профессиональной задачи.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- Современные графические программы в рекламе
- Возможности графических редакторов Adobe Photoshop, Adobe Illustrator
- Возможности графических планшетов

Уметь:

- Выбирать необходимое программное обеспечение для решения творческой задачи
- Работать в графических редакторах Adobe Photoshop, Adobe Illustrator
- Работать с информационными базами данных

Владеть:

- Базовыми знаниями в графических программах
- практическими навыками работы в графических программах для создания рекламных продуктов
- навыками работы с современными устройствами вывода информации

Содержание дисциплины (разделы, темы):

- Введение
- Adobe Photoshop: основные инструменты
- Adobe Illustrator: основные инструменты
- Создание дизайн-макета

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Продвижение бренда в социальных сетях

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области продвижения бренда компании посредством социальных сетей Интернет.

Основные задачи дисциплины:

- сформировать у студентов понимание эффективности интернет-каналов продвижения бренда;
- выработать у студентов практические навыки по продвижению брендов через социальные сети в Интернет.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять поиск и анализ информации, необходимой для анализа ситуации на рынке.

ПК-6 Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов.

Содержание дисциплины

Тема 1. Digital- маркетинг.

Тема 2. Каналы продвижения бренда в Интернет.

Тема 3. Привлечение аудитория бренда в интернет-пространстве.

Тема 1. Мобильные инновации в продвижении бренда.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Проектная деятельность

Цель освоения дисциплины – формирование у обучающихся целостного представления о проектной деятельности, понимании ее применения в профессиональной сфере, а также применение экономических законов, понятий и принципов, необходимых для дальнейшего эффективного планирования, организации и контроля проектной деятельности, обеспечивающей способность принимать грамотные решения и квалифицированно действовать в нормотворческой, правоприменительной и экспертно-консультационной сферах профессиональной деятельности.

Основные задачи дисциплины:

- выделение основных этапов написания проектной работы;
- получение представления о научных методах, используемых при написании и проведении исследования;
- изучение способов анализа и обобщения полученной информации;
- получение представления о научных подходах;
- формирование умений представления и защиты результатов проектной деятельности.
- спортом.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать:

сущность социальной ответственности за нестандартные решения в ходе проектной деятельности;

особенности действий в нестандартных ситуациях в ходе проектной деятельности;

современные технологии и методики организации проектной деятельности;

способы оценивания результатов проектной деятельности;

Уметь:

применять полученные знания на практике;

использовать современные методики организации проектной деятельности;

разрабатывать проекты разных типов и видов

Владеть:

методами и приёмами действий в нестандартных ситуациях в ходе проектной деятельности;

навыками применения современных методик и технологий организации проектной деятельности

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Тема 1. Типы и виды проектов. Окружение проекта

Тема 2. Классификация проектов

Тема 3. Определение типа проекта, цели, задач и актуальности проекта над проектом

Тема 4. Организация работы, структурирование проекта, работа

Тема 5. Результаты проекта

Тема 6. Управление рисками проекта

Тема 7. Экономическая и правовая оценка эффективности проекта

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Психологический практикум для PR специалистов

Цель дисциплины – формирование знаний, навыков и компетенций в области психологических знаний для PR -специалистов, а также оценки эффективности их применения.

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление об основных современных психологических знаниях для PR-специалистов;
- познакомить с основными методиками и техниками работы в области прикладной психологии (в практике PR –специалиста);
- заложить основы практических навыков применения психологических знаний для PR -специалистов;
- научить прогнозировать результат психологического воздействия в области связей с общественностью и оценивать его эффективность.

Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование профессиональных компетенции выпускников УК-3 (УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-3.4); ПК-4 (ПК-4.1, ПК- 4.2, ПК-4.3)

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Тема 1. Составление медиа-карты, мониторинг СМИ. Исследования, изучение общественного мнения.

Тема 2. Процесс общения: повышение эффективности.

Тема 3. Определение правильности поставленной цели. Исследование необходимых ресурсов для достижения цели.

Тема 4. Психологический практикум влияния в PR коммуникациях.

Тема 5. Управление массовым стихийным поведением.

Тема 6. Технология подготовки текста. Технологии подготовки к интервью.

Тема 7. Психологический практикум пропаганды.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Психология

1. Цель и задачи дисциплины

- Цель освоения дисциплины заключается в повышении образованности студентов в

вопросах психологии и основ дефектологии, самопознания, психической саморегуляции профессиональной деятельности и социального поведения, конструктивном самоутверждении в жизни. В целом изучение психологии направлено на формирование у студентов общей и психологической культуры, что в дальнейшем должно помочь им в профессиональной деятельности, планированию и осуществлению профессиональной деятельности с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами, успешной самореализации и достижения жизненного успеха, умении выстраивать коммуникацию в различных сферах жизнедеятельности с лицами, имеющими различные психофизические особенности, психические и (или) физические недостатки.

Задачи:

- освоение студентами основ психологии, социальной психологии, дефектологии с их возможностями в успешном решении жизненных и профессиональных проблем;
- раскрытие роли и возможностей психологии в осуществлении социального взаимодействия и реализации своей роль в команде;
- содействие культурному развитию студентов, обучению стилю общения и языку жестов в зависимости от цели и условий партнерства;
- обучение принципам недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции;
- формирование способности определять приоритеты собственной деятельности, методам личностного развития и профессионального роста;
- обучение планированию и осуществлению профессиональной деятельности с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-9

Таблица 1. - Универсальные компетенции

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников. УК-3.3. Анализирует	Знать: особенности командных и личных интересов и методы их согласования. Уметь: ориентироваться в особенностях поведения и интересах участников коллективной работы. Владеть: способностью осуществлять свою роль в командной работе с учетом особенностей поведения и интересов участников командной работы.

	возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого.	<p>Знать: особенности социального взаимодействия и коммуникативные стратегии в командной работе.</p> <p>Уметь: предвидеть возможные последствия личных действий в командной работе.</p> <p>Владеть: способностью строить продуктивное взаимодействие в команде на основе отношения к личным действиям.</p>
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия.	<p>ИУК 4.1.</p> <p>Знать: классификацию основных стилей общения как устойчивых характеристик взаимодействия, определяющих поведение человека в различных ситуациях.</p> <p>Уметь: выбирать стиль общения с учетом цели и ситуации общения, статуса и личностных особенностей собеседника, его мировоззрения и положение в обществе, а также характеристикой самой формы взаимодействия.</p> <p>Владеть: коммуникативной, интерактивной и перцептивной сторонами общения.</p>
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.	<p>ИУК 5.3.</p> <p>Знать: принципы толерантного отношения к культурным особенностям представителей различных этносов и конфессий.</p> <p>Уметь: реализовывать недискриминационное толерантное восприятие культурных особенностей в личном и массовом общении и выполнении профессиональных задач.</p> <p>Владеть: способностью придерживаться принципов недискриминационного взаимодействия и толерантного восприятия культурных особенностей</p>

		различных этносов и конфессий.
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста.	Знать: методы определения приоритетов личностного развития и профессионального роста. Уметь: определять приоритеты и цели деятельности. Владеть: способностью реализации целей личностного развития и профессионального роста.
УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	УК-9.3. Соблюдает принципы недискриминационного взаимодействия при коммуникации в различных сферах жизнедеятельности с лицами, имеющими различные психофизические особенности, психические и (или) физические недостатки.	Знать: основные положения дефектологии (коррекционной психологии) и принципы недискриминационного взаимодействия при коммуникациях в различных сферах жизнедеятельности с лицами, имеющими различные психофизические особенности, психические и (или) физические недостатки. Уметь: способен планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами. Владеет: навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами

- Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина «Психология» относится к дисциплинам базовой части ОПОП, обеспечивающей подготовку бакалавров по направлению 42.03.06. Реклама и связь с общественностью. Специализация «Реклама и связи с общественностью (программа широкого профиля)».

Шифр дисциплины в учебном плане Б1.0.08. Дисциплина базируется на знаниях в объеме основного общего образования.

Параллельно с дисциплиной «Психология» изучаются дисциплины «История», «Философия», «Культурология».

Дисциплина «Психология» является базовой для освоения дисциплин: «Социология», «Теория и практика связей с общественностью», «Социальная реклама», «Реклама в коммуникационном процессе», «Разработка рекламного продукта».

- Общий объём дисциплины: 3з.е. (108 час.)

- Планируемые результаты обучения

Знает:

ИОПК 3.2 особенности командных и личных интересов и методы их согласования.

ИОПК 3.3 особенности социального взаимодействия и коммуникативные стратегии в командной работе.

ИОПК 4.1 общие принципы и подходы к реализации процесса воспитания; методы и приемы формирования ценностных ориентаций обучающихся, развития нравственных чувств (совести, долга, эмпатии, ответственности и др.), формирования нравственного облика (терпения, милосердия и др.), нравственной позиции (способности различать добро и зло, проявлять самоотверженность, готовности к преодолению жизненных испытаний) нравственного поведения (готовности служения людям и Отечеству).

ИОПК 5.3 принципы толерантного отношения к культурным особенностям представителей различных этносов и конфессий.

ИОПК 6.2 законы развития личности и проявления личностных свойств, психологические законы периодизации и кризисов развития; психолого-педагогические технологии индивидуализации обучения, развития, воспитания; психолого-педагогические основы учебной деятельности с учетом индивидуальных особенностей обучающихся.

ИОПК 9.3 основные положения дефектологии (коррекционной психологии) и принципы недискриминационного взаимодействия при коммуникациях в различных сферах жизнедеятельности с лицами, имеющими различные психофизические особенности, психические и (или) физические недостатки.

Умеет:

ИОПК 3.2 ориентироваться в особенностях поведения и интересах участников коллективной работы.

ИОПК 3.3 предвидеть возможные последствия личных действий в командной работе.

ИОПК 4.1 выбирать стиль общения с учетом цели и ситуации общения, статуса и личностных особенностей собеседника, его мировоззрения и положение в обществе, а также характеристикой самой формы взаимодействия.

ИОПК 5.3 реализовывать недискриминационное толерантное восприятие культурных особенностей в личном и массовом

ИОПК 6.2 использовать знания об особенностях гендерного развития обучающихся для планирования учебно-воспитательной работы; применять образовательные технологии для индивидуализации обучения, развития, воспитания составлять (совместно с психологом и другими специалистами) психолого-педагогическую характеристику (портрет) личности обучающегося.

ИОПК 9.3 планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.

Владеет:

ИОПК 3.2 способностью осуществлять свою роль в командной работе с учетом особенностей поведения и интересов участников командной работы.

ИОПК 3.3 способностью строить продуктивное взаимодействие в команде на основе отношения к личным действиям.

ИОПК 4.1 коммуникативной, интерактивной и перцептивной сторонами общения.

ИОПК 5.3 способностью удерживаться принципов недискриминационного взаимодействия и толерантного восприятия культурных особенностей различных этносов и конфессий.

ИОПК 6.2 способностью реализации целей личностного развития и профессионального роста.

ИОПК 9.3 навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами

- Содержание дисциплины (темы):

1. «Психология» как наука и учебная дисциплина. История психологических идей и основные направления современной психологии

Предмет и задачи психологии. Психические явления, изучаемые в современной психологии. Базовые понятия и категории психологии. Основные методы психологических исследований и их связь с методами других наук. Специальные отрасли современной психологии. Связь психологии с другими науками.

Возникновение психологических идей и их развитие «от души к сознанию». Выделение психологии в самостоятельную науку. Основные направления современной зарубежной психологии: структурный подход, функционализм, бихевиоризм, фрейдизм, гештальтпсихология, операционализм, гуманистическая психология. Развитие психологической мысли в России: И. М. Сеченов, И. П. Павлов, Л. С. Выготский, Б. Г. Ананьев, С. Л. Рубинштейн, Д. Н. Узнадзе, А. Н. Леонтьев, Б. Ф. Лурия, В. Н. Мясищев. Личностно-деятельностный подход в отечественной психологии.

2. Основные положения «Дефектологии» и социальной психологии.

Предмет и задачи «Дефектологии» и социальной психологии. Основные положения дефектологии (коррекционной психологии) и социальной психологии. Принципы недискриминационного взаимодействия при коммуникациях в различных сферах жизнедеятельности с лицами, имеющими различные психофизические особенности, психические и (или) физические недостатки.

Методы планирования и осуществления профессиональной деятельности с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.

Приемы взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами

3. Стадии развития психики у животных (А. Н. Леонтьев). Структура психики человека. Классификация психических явлений. Психика человека как интеграция структур (Б.Г. Ананьев)

Истоки психики живых существ (А.Н. Леонтьев). Становление низших форм поведения и психики. Развитие высших психических функций у человека. Сознание как высшая ступень развития психики. Природа человеческого сознания. Возникновение и развитие сознания (Л.С. Выготский). Классификация психических явлений: Ленинградская психологическая школа (Б.Г. Ананьев). Сознание и бессознательное. Свойства и проявления бессознательного. Механизмы психологической защиты (З. Фрейд, А. Фрейд). Естественнонаучные основы психологии. Строение и функционирование нервной системы человека. Функциональная организация мозга. Мозг и психика. Асимметрия полушарий и специфика психических процессов. Анатомо-физиологическое представительство в мозге психических процессов и состояний человека. Основные принципы функционирования психики.

4. Психические познавательные процессы. Мотивация. Потребности.

Иерархия потребностей (А. Маслоу). Определенчивание потребностей.

Познавательные психические процессы. Ощущения. Понятие ощущений. Виды ощущений. Понятие абсолютного и относительного порогов ощущений. Характеристики ощущений: пространственные, временные, интенсивные, модальные. Механизмы и развитие ощущений. Адаптация и сенсбилизация органов чувств.

Восприятие. Понятие восприятия. Отличие восприятия от ощущений. Виды восприятия. Характеристики восприятия: временные, пространственные, интенсивные,

модальные. Свойства восприятия: константность, целостность, структурность, предметность, обобщенность, осмысленность, избирательность. Развитие восприятия. Свойства и структура перцептивного образа.

Представления. Понятие представления. Сравнительный анализ восприятия и представления. Виды представлений. Характеристики представлений: временные, пространственные, интенсивные, модальные. Свойства представлений: фрагментарность, неустойчивость, обобщенность, панорамность. Развитие представлений.

Воображение. Понятие о воображении. Виды воображения: активное, пассивное, продуктивное, репродуктивное. Галлюцинации, грезы, мечты, фантазии. Значение воображения в деятельности. Воображение, мышление и творчество. Функции воображения. Влияние воображения на состояния организма. Использование воображения в аутотренинге и психотерапии. Развитие воображения в процессе деятельности и обучения.

Мышление. Понятие о мышлении. Отличие мышления от других познавательных процессов. Стадии мышления (понятийное и допонятийное мышление). Связь мышления и речи. Строение мыслительной деятельности. Содержание мыслительного процесса, система операций: сравнение, анализ, синтез, абстракция, обобщение. Этапы мыслительного процесса. Концепции мышления. Основные виды мышления: наглядно-образное, наглядно-действенное, вербально-понятийное. Творческое мышление. Интеллект. Способы активизации мышления. Педагогические методы развития мышления в процессе обучения.

Речь. Понятие речи и языка. Речь как средство общения и обобщения. Мышление и речь. Неразрывная связь мысли и слова. Функции речи. Виды речи и их назначение.

Значение и смысл слова. Усвоение языка и развитие речи. Педагогические методы развития речи ребенка в процессе обучения.

Внимание. Внимание как сквозной психический процесс. Особенности внимания как психического процесса и состояния человека. Определение внимания. Характеристики и свойства внимания. Виды внимания. Роль внимания в восприятии, памяти, мышлении, в осуществлении различных видов деятельности и общения человека. Факторы, влияющие на развитие внимания. Способы управления вниманием. Педагогические методы развития внимания.

Память. Память как сквозной психический процесс. Определение памяти. Виды и формы памяти. Процессы памяти: запоминание, сохранение, воспроизведение, забывание. Основные характеристики процессов памяти. Индивидуальные различия памяти у людей. Нарушения памяти. Память и мотивация. Факторы, влияющие на развитие памяти. Способы управления памятью. Педагогические методы развития памяти.

Эмоциональные психические процессы и состояния. Эмоции и чувства как виды переживаний. Понятие об эмоциях. Характеристики эмоций. Функции эмоций. Классификация эмоций. Источники эмоций и чувств. Основные концепции эмоций: Джемса-Ланге, С.Л. Рубинштейна, П.В. Симонова. Эмоции и чувства как эмоциональные психические состояния человека. Виды эмоциональных состояний. Стресс и его особенности. Значение эмоций и чувств в жизни человека. Чувства и личность. Развитие эмоциональной сферы личности и эмоциональная саморегуляция. Роль воспитания и самовоспитания в умении человека управлять своими эмоциями.

Волевые психические процессы. Понятие о воле. Теории воли. Волевая регуляция поведения человека. Природа волевого действия. Наличие препятствий и борьба мотивов как условия возникновения и осуществления волевого акта. Структура волевого действия. Принятие и исполнение волевого решения. Мотивы и потребности. Усиление мотивации как главная функция волевой регуляции поведения. Волевые действия и волевой поступок. Волевые качества личности. Воля как компонент характера личности. Становление и развитие волевых качеств личности. Тренировка воли. Саморегуляция и умение владеть собой. Педагогические методы воспитания воли у детей.

Мотивация и установка на успех. Потребность в самоактуализации, в поиске смысла своей жизни – высшая потребность личностного роста (по А. Маслоу). В. Франкл о сути смысла жизни и его поисках. Смысл жизни и свобода воли. Свобода воли как ответственность личности. Потребности. Определенные потребности.

5. Психология личности. Личность как субъект целеполагания.

Личностное развитие и профессиональный рост. Общее представление о личности в психологии. Понятие личности. Личность как социокультурное образование. Человек, индивид, личность, индивидуальность. Сравнительный анализ различных определений личности. Современные теории личности. Основные подходы к пониманию личности в западной психологии: биогенетическое (психобиологическое) направление, теория личности З.Фрейда; социогенетическое направление, поведенческие теории, теории социального научения; гуманистические теории личности. Личностно-деятельностный подход к пониманию личности в отечественной психологии. Концепции А.Н. Леонтьева, Л.И.Божович, А.Ф. Лазурского, В.Н.Мясищева, Б.Ф. Ломова, А.А. Бодалева, Д.Н. Узнадзе, Б.Г. Ананьева, В.А. Ганзена и др. Структура личности. Концепции К.К. Платонова, А.В. Петровского.

Основные психические свойства личности. Темперамент. Понятие о темпераменте. Виды темперамента (Гиппократ). Психологические характеристики видов темперамента. Достоинства и недостатки каждого вида темперамента. Смешанность типов темперамента у большинства людей. Свойства нервной системы человека и свойства темперамента. Учение И.П. Павлова. Связь темперамента и индивидуального стиля деятельности и поведения человека. Темперамент и личность. Связь темперамента со свойствами личности человека.

Характер. Понятие о характере. Характер как совокупность устойчивых черт личности. Характер и темперамент. Характер и отношение окружающей действительности. Структура характера. Типология характеров Э.Кречмера, К. Леонгарда, Э. Фромма. Акцентуации характеров в концепции А.Е.Личко. Место характера в общей структуре личности. Формирование характера. Возрастные особенности становления черт характера у человека. Воспитание волевых черт характера. Проблема перевоспитания характера. Способности. Определение способностей. Специфика и классификация способностей. Общие и специальные способности. Задатки как природные предпосылки способностей. Взаимодействие и взаимокompенсация способностей. Способности и успешность деятельности. Способности, одаренность, талант, гениальность. Творческие способности. Условия раннего проявления способностей у детей. Факторы, способствующие развитию способностей.

Направленность личности. Понятие о направленности личности. Побудительные силы личности: потребности, мотивы, взгляды, убеждения, ценности, идеалы, социальные установки, интересы, ориентации, мировоззрение, жизненные планы. Самосознание и самооценка личности. Рефлексия. Я-концепция личности. Самовоспитание. Мотивация успешной личности.

Формирование и развитие личности. Социализация и индивидуализация личности. Этапы развития личности по теории Э. Эриксона. Роль и значение общения, игровой, учебной и трудовой деятельности для психического развития ребенка в раннем возрасте.

Факторы, влияющие на формирование личности. Роль семьи, образовательных учреждений и общества в формировании личности. Психология саморазвития.

Личностное развитие и профессиональный рост.

6. Психология в осуществлении социального (командного) взаимодействия. Понятие социальной роли.

Социальная психология групп. Классификация групп. Особенности больших групп.

Понятие малой группы и коллектива. Социально-психологическая структура группы. Стадии развития малой группы. Групповая динамика. Лидерство и руководство в малой группе. Процесс принятия группового решения. Психологические механизмы общения в группе: заражение, внушение, подражание, конформизм, соревнование, убеждение. Межличностные отношения в группах и коллективах. Эффективность групповой деятельности.

Личность в группе. Влияние группы на личность. Общение как восприятие и понимание людьми друг друга. Содержание и эффекты межличностной перцепции. Конфликты: понятие, виды, управление конфликтами и возможные пути их разрешения. Умение располагать к себе людей.

7. Психология общения (коммуникативная, перцептивная и интерактивная составляющие).

Понятие и виды общения. Развитие общения. Роль общения в психическом развитии человека. Средства коммуникации: вербальное и невербальное общение. Каналы общения. Коммуникативные барьеры. Техника и приемы общения: обратная связь и ее механизмы действия, коммуникативные способности, возрастные и профессиональные особенности техники и приемов общения.

Деловое общение. Подготовка и стратегия делового общения. Внешний вид делового человека. Деловой этикет. Техника и приемы общения на начальном этапе переговоров: преднастройка к общению, создание необходимого состояния, университет собеседника. Техника и приемы общения, применяемые в процессе делового общения: аргументация, достижение взаимовыгодного соглашения и т. д. Умение воспринимать и использовать невербальное поведение делового партнера. Телефон как средство делового общения. Правила и приемы ведения разговора по телефону.

8. Психология толерантности. Методы недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции

Толерантность — это психосоциальная характеристика личности, как уважительное отношение к чужому мнению, лояльность в оценке поступков и поведения других людей, готовность к пониманию и сотрудничеству в решении вопросов межличностного, группового и национального взаимодействия (Н.А. Астахова). Стремление к взаимопониманию и принятию окружающей действительности.

Практики мирного сосуществования различных социальных групп, этносов и конфессий, с учетом особенностей их культурного наследия. Методы интерпретации сложившихся социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий. Технологии организации межкультурного взаимодействия. Выполнение профессиональных функций на основе принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в условиях межкультурного разнообразия общества.

9. Методы планирования и осуществления профессиональной деятельности с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.

Проблемы психологии безопасности труда. Психологическая пригодность к той или иной профессиональной деятельности. Проблемы профориентации. Профессиональный отбор. Профессиограмма и психограмма. Профессиональное выгорание и его профилактика.

Методы планирования и принципы недискриминационного взаимодействия при осуществлении профессиональной деятельности с лицами, имеющими различные психофизические особенности, психические и (или) физические недостатки.

Технологии профессиональной и производственной адаптации лиц с ограниченными

возможностями здоровья и инвалидами как системы мер, способствующих профессиональному становлению работника, формированию у него соответствующих социальных и профессиональных качеств, установок и потребностей к активному творческому труду, достижению высшего уровня профессионализма.

- Форма промежуточной аттестации: зачет
- Дополнительная информация

Необходимое материально-техническое обеспечение – учебные аудитории, оснащенные экраном и мультимедийным оборудованием, включающим проектор, колонки, ноутбук с подключением к сети Интернет и лицензионным или свободно распространяемым программным обеспечением.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Психотехнологии в связях с общественностью

Цель дисциплины – формирование знаний, умений, навыков и компетенций в области психотехнологий, используемых в связях с общественностью для оценки эффективности коммуникационных посланий целевым аудиториям.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у бакалавров представления о современных психотехнологиях;
- формирование представления об особенностях применения современного инструментария основных методик и техник работы психотехнологий, используемых в практике специалиста по связям с общественностью;
- ознакомление бакалавров с методами применения психотехнологий;
- ознакомление бакалавров с перспективными технологиями и новейшими результатами практических разработок в данной области
- формирование способности прогнозировать результат психологического воздействия в области связей с общественностью и оценивать его эффективность.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать

принципы определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; особенности поведения и интересы других участников; принципы анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и построения продуктивного взаимодействия с учетом этого; принципы обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; принципы применения знаний организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; возможные способы участия в мероприятиях, принципы и методы контроля и оценки эффективности мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции

Уметь

анализировать эффекты и последствия определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели ; учитывать особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе; осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; применять знания организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; принимать участие в мероприятиях, направленных на сбыт продукции и формирование репутационного образа компании; осуществлять контроль и оценивать эффективность мероприятий.

Владеть

навыками определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; умением учитывать особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; навыками анализа возможных

последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и навыками построения продуктивного взаимодействия с учетом этого; навыками обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; навыками применения знания организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции; способами участия в мероприятиях, направленных на сбыт продукции и формирование репутационного образа компании; осуществлять контроль и оценивать эффективность мероприятий.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Психотехнологии в PR. Введение.

Психотехнологии, как предмет психологического исследования.

Основные подходы к пониманию психотехнологии как практической деятельности.

Практика создания пропагандистского текста, с учетом особенности восприятия в рамках использования психотехнологий.

Психотехнология развития личности.

Психотехнологии манипулятивного воздействия. Использование современных психотехнологий.

Психотехнологии эффективного общения.

Психотехнологии взаимодействия в толпе.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Разработка рекламного продукта

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций для осуществления профессиональной деятельности в сфере разработки концепции и производства рекламного продукта, фирменного стиля компании.

Основные задачи дисциплины:

–сформировать у студентов представление о многогранности и креативности профессиональной деятельности по производству рекламного продукта;

–сформировать у студентов понимание значимости художественного творчества и искусства в рекламном сообщении;

–выработать аналитические способности в области оценки эффективности и художественной ценности рекламных продуктов;

–обучить основам проектирования фирменного стиля компании, разработки концепции и производства элементов рекламы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Содержание дисциплины

Тема 1. Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта.

Тема 2. Структурные компоненты рекламной продукции.

Тема 3. Творческое производство рекламного продукта.

Тема 4. Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов.

Тема 5. Структура, организация, стиль рекламного сообщения.

Тема 6. Элементы корпоративного /фирменного/ стиля.

Тема 7. Коммуникационные возможности и оценка эффективности рекламного продукта.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Реклама в коммуникационном процессе

Цель дисциплины — – формирование целостного представления о рекламе и рекламной деятельности у будущего специалиста по связям с общественностью.

Основные задачи дисциплины:

- формирование систематизированного представления о специфике рекламной деятельности, о комплексных взаимоотношениях рекламы с другими формами маркетинговых коммуникаций;
- формирование представления об основных факторах, определяющих эффективность планирования рекламных акций;
- ознакомление с основными моделями планирования коммуникационной деятельности в рекламе; оценки эффективности рекламной деятельности;
- формирование представления о достоинствах и недостатках основных каналов для передачи рекламной информации;
- выработка умений в использовании полученных знаний на практике при разработке рекламной стратегии.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать:

- способы сегментирования целевых аудиторий для разработки коммуникационных обращений
- особенности воздействия коммуникационных обращений на целевые аудитории
- методы оценивания эффективности выбранных каналов и коммуникационного воздействия на целевые аудитории
- методы применения знаний по разработке коммуникационных проектов и мероприятий
- принципы разработки коммуникационных проектов использует типовые алгоритмы проведения рекламных и PR кампаний
- особенности отбора современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и специализированных программных продуктов для реализации коммуникационных проектов

Уметь:

- применять знания сегментирования целевых аудиторий для разработки коммуникационных обращений
- учитывать особенности воздействия коммуникационных обращений на целевые аудитории;
- оценивать эффективность выбранных каналов и коммуникационного воздействия на целевые аудитории профессиональным сообществом;
- применять знания по разработке коммуникационных проектов и мероприятий
- разрабатывать коммуникационные проекты с использованием типовых алгоритмов проведения рекламных и PR кампаний.
- осуществлять отбор современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и специализированных программных продуктов для реализации коммуникационных проектов

Владеть:

- навыками сегментирования целевых аудиторий для разработки коммуникационных обращений
- методами оценивания особенностей воздействия коммуникационных обращений на целевые аудитории
- методами оценивания эффективности выбранных каналов и коммуникационного воздействия на целевые аудитории
- навыками применения знаний по разработке коммуникационных проектов и мероприятий
- методами разработки коммуникационных проектов с использованием типовых алгоритмов проведения рекламных и PR кампаний
- навыками отбора современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и специализированных программных продуктов для реализации коммуникационных проектов

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Введение

Реклама и общество. История рекламы

Классификация рекламной деятельности. Функции рекламы.

Правовое регулирование рекламной деятельности

Психология воздействия рекламы

Каналы распространения рекламной продукции

Общая характеристика рекламной деятельности

Рекламный менеджмент и его функции.

Этика и эстетика рекламного обращения

Организация и планирование рекламных кампаний

Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Реклама и PR технологии в развитии регионов

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и компетенций в продвижении регионов посредством рекламных и PR технологий.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление о специфике рекламной и PR деятельности в продвижении регионов;
- дать представление об основных факторах, определяющих эффективность рекламных и PR технологий в продвижении регионов;
- развить практические навыки планирования и оценки эффективности рекламной и PR деятельности в продвижении регионов.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-2 Способен разрабатывать коммуникационные программы, в том числе, антикризисные.

ПК-5 Способен определять способы и порядок осуществления коммуникационных проектов и мероприятий.

ПК-7 Способен осуществлять контроль и оценку коммуникационной деятельности компании.

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие, основные подходы и факторы развития регионов.

Тема 2. Муниципальные программы и проекты развития регионов.

Тема 3. Значение символики и нейминга в развитии территорий.

Тема 4. Основные методы развития регионов средствами рекламы и PR.

Тема 5. Формирование имиджа города средствами рекламы и PR.

Тема 6. Брендинг территорий.

Тема 7. Эффективность коммуникационных методов. Международный опыт развития территорий.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Реклама и PR технологии в экологии

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и компетенций в сфере решения проблем экологии путем формирования экологического сознания и просвещения населения посредством рекламных и PR технологий.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление о специфике рекламной и PR деятельности в сфере экологии;
- дать представление об основных факторах, определяющих эффективность рекламных и PR технологий в решении проблем экологии;
- развить практические навыки планирования и оценки эффективности рекламной деятельности в сфере экологии.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-2 Способен разрабатывать коммуникационные программы, в том числе, антикризисные.

ПК-5 Способен определять способы и порядок осуществления коммуникационных проектов и мероприятий.

ПК-7 Способен осуществлять контроль и оценку коммуникационной деятельности компании.

Содержание дисциплины

Тема 1. Глобальные экологические проблемы в современном мире

Тема 2. Исторические аспекты организации рекламы и PR-деятельности в экологической сфере.

Тема 3. Функции и принципы рекламы и PR-деятельности в экологической сфере.

Тема 4. Социальная реклама в экологической сфере и ее психолого-педагогические характеристики.

Тема 5. Средства и каналы рекламы и PR.

Тема 6. Основные направления организации PR-деятельности в экологической сфере.

Тема 7. Роль новых медиа в решении экологических проблем.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Рекламные конструкции

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и компетенций в области регламентов и эксплуатации конструкций рекламных носителей, определения их потребительских свойств и эффективности.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с основными целями и задачами рекламных конструкций, их спецификой;
- сформировать представление об основных факторах, определяющих эффективность рекламных конструкций;
- выработать практические навыки, связанные с эксплуатацией конструкций рекламных носителей;
- познакомить с требованиями на размещение конструкций рекламных и информационных носителей.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-3 Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям.

Содержание дисциплины

- Тема 1. Основные понятия в рекламных конструкциях.
- Тема 2. Этапы конструирования.
- Тема 3. Потребительские свойства конструкций.
- Тема 4. Художественный образ рекламных конструкций.
- Тема 5. Особенности восприятия рекламы.
- Тема 6. Конструкции в наружной рекламе.
- Тема 7. Конструкции выставочного оборудования.
- Тема 8. Информационные системы.
- Тема 9. Конструкции витрин. POS-конструкции.
- Тема 10. Рекламные конструкции на транспорте.
- Тема 11. Декоративные конструкции.
- Тема 12. Книги и документы.
- Тема 13. Тара и упаковка.
- Тема 14. Эффективность рекламных конструкций.

Аннотация к рабочей программы дисциплины Русский язык и культура речи

Цель дисциплины – формирование современной языковой личности, владеющей устными и письменными нормами современного русского литературного языка, речевой стратегией и тактикой в различных ситуациях общения. Овладение новыми навыками и знаниями в этой области и совершенствование имеющихся неотделимо от углубления понимания основных характерных свойств русского языка как средства общения и передачи информации, а также расширения общегуманитарного кругозора, опирающегося на владение богатым коммуникативным, познавательным и эстетическим потенциалом русского языка.

Задачи дисциплины:

- освоение базовых понятий дисциплины (литературный язык, норма, культура речи, функциональный стиль, стилистика, деловое общение, и др.);
- формирование у студентов представления о речи и языке;
- расширение их активного словарного запаса;
- качественное обучение общим представлениям о системе норм русского литературного языка;
- формирование коммуникативной компетенции, под которой подразумевается умение человека организовать свою речевую деятельность языковыми средствами и способами, адекватными ситуациям общения;
- изучение правил функционирования языковых средств фиксации: (документирования) официальной (управленческой, деловой, служебной) информации (заявление, автобиография, резюме, доверенность, объяснительная записка и др.);
- приобретение навыков публичного выступления, ведения спора и делового общения;
- обучение основным прагматическим приемам порождения высказывания и создания текста.

В результате освоения дисциплины студент должен:

- **знать:** основные виды норм современного русского литературного языка; основные единицы общения; навыки грамотного говорения; методы и приемы невербального общения в определенных ситуациях общения; основные приемы делового общения; основные стилистические особенности письменной формы языка; язык служебных документов; направления и приемы совершенствования навыков грамотного письма; способы правильной оценки коммуникативной ситуации в публичной речи; акцентологические и произносительные нормы русского языка; техники публичных выступлений; основные этапы подготовки выступления, взаимодействия различных видов делового общения; пути разрешения конфликтных ситуаций при публичном выступлении; особенности делового этикета;
- **уметь:** использовать разные формы коммуникации в устной и письменной речи; владеть риторическими формами общения в разных видах речи; различать типы коммуникативных актов в чужой речи и формировать собственные речевые акты, адекватные интенциям в публичной коммуникации; формулировать достижимую в рамках этой коммуникативной ситуации цель общения; выбирать наиболее подходящие для достижения этой цели средства; анализировать речь и ее результаты;
- **владеть** навыками коммуникации в устной речи; использования определенного стиля в устной речи; риторического общения в устной речи; использования того или иного стиля в устной и письменной речи; риторического общения в письменной форме речи; техники речевой деятельности; современного этикета и использования в публичной речи изобразительно-выразительных средств языка; применения в публичном

выступлении доказательной аргументации и речевого планирования и контроля устной речи.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

1. Русский язык и культура речи: предмет и основные понятия.
2. Национальный русский язык.
3. Основные компоненты и типы речевой культуры.
4. Нормативный аспект культуры речи.
5. Орфоэпические и грамматические нормы русского литературного языка.
6. Лексические нормы русского литературного языка.
7. Коммуникативный аспект культуры речи. Эмоциональность в речи и в языке.
8. Культура речевого общения.
9. Функциональные стили русского литературного языка.
10. Научный стиль.
11. Официально-деловой стиль.
12. Письменная деловая речь.
13. Монологическое деловое общение: устное публичное выступление.
14. Культура речи и профессионализм.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Социальные сети как средство коммуникации

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний, навыков и компетенций по использованию сетевых сервисов (Web) в коммуникационной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- познакомить студентов с принципами организации и функционирования сетевых сервисов (Web), с особенностями коммуникации и представления информации в социальных сетях;
- привить навыки использования социальных сетей в бизнес - коммуникациях;
- выработать у студентов навыки разработки и реализации SMM-стратегии, анализа и оценки эффективности SMM-стратегии.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-3 Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям.

Содержание дисциплины

Тема 1. Основы интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью.

Тема 2. Блоги и социальные сети как каналы коммуникации.

Тема 3. Социальные медиа и аудитория интернет-пространства

Тема 1. Разработка и поиск информации в сетях интернет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Социальная реклама

Цель дисциплины – формирование комплекса знаний, навыков и компетенций, связанных с профессиональной деятельностью в сфере социальной рекламы.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать у студентов систему устойчивых знаний о роли социальной рекламы в жизни современного общества;
- выработать практические навыки разработки концепции социальной рекламы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-2 Способен разрабатывать коммуникационные программы, в том числе, антикризисные.

ПК-3 Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям.

Содержание дисциплины

- Тема 1. Социальная реклама как общественное явление.
- Тема 2. Основные исторические этапы развития социальной рекламы.
- Тема 3. Место и роль социальной рекламы в современном мире.
- Тема 4. Сущность и эффективность социальной рекламы.
- Тема 5. Реклама и социальные ценности.
- Тема 6. Содержание и формы социальной рекламы.
- Тема 7. Законодательное и этическое регулирование в сфере социальной рекламы.
- Тема 8. Психологические аспекты социальной рекламы.
- Тема 9. Креативные подходы к разработке социальной рекламы
- Тема 10. Социальная и политическая реклама.
- Тема 11. Мировой опыт социальной рекламы.

Аннотация рабочей программы дисциплины
Социальные проблемы современного общества

1. Целью изучения дисциплины «Социальные проблемы современного общества» является более глубокое изучение некоторых проблем социологии, формирование у студентов способности ориентироваться в происходящих социальных изменениях, приобретение ими теоретических знаний, умений и практических навыков изучения потребностей разных групп, необходимых для успешной профессиональной деятельности выпускника по направлению 42.03.01 -Реклама и связи с общественностью

Задачами дисциплины «Социальные проблемы современного общества» являются:

- формирование современных представлений о структуре общества, его группах по интересам, о потребностях разных социальных групп,
- формировать умение изучать с помощью эмпирических социологических методов потребности целевой аудитории, разных социальных групп,
- ознакомить студентов с особенностями функционирования основных институтов общества: государства, религии, науки, семьи для достижения социальной стабильности в обществе.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Социальные проблемы современного общества» изучается на третьем курсе в 6 семестре как факультативная дисциплина, блока ФТД.02. одновременно с дисциплиной «Социология». Она опирается на знания и компетенции, полученные по дисциплинам: «Отечественная история», «Мировая история», «Философия», «Правоведение», «Политология».

Полученные компетенции и знания по данной дисциплине являются базовыми для изучения дисциплин поведенческого характера.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Социальные проблемы современного общества» направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 1

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (ИОПК-4.1)	Результаты обучения
ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	ИОПК-4.1 Проявляет трезвый подход к полученным результатам опроса	Знает, как адекватно надо использовать информацию Умеет адекватно интерпретировать полученные результаты Владеет техникой сбора первичной информации
ОПК-4.2. Основные инструменты	ИОПК-4.2 Проявляет профессиональный	Знает, как адекватно надо использовать

<p>поиска о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>подход к интерпретации полученных результатов опроса</p>	<p>информацию Умеет адекватно интерпретировать полученные результаты Владеет техникой сбора первичной информации</p>
---	---	--

Содержание дисциплины

1. Власть как конфликт и власть как согласие
2. Совершенствование социальной структуры общества
3. Наука и образование в современном обществе
4. Проблемы информационной безопасности. Правовое и этическое регулирование киберпространства
5. Религия и государство: проблемы их взаимоотношений в современном мире
6. Взаимодействие культур, глобализация и проблема терроризма
7. Демографические проблемы современного общества и роль семьи в их решении

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Социология массовой коммуникации

Цель дисциплины - формирование у студентов знаний, представлений и самостоятельных навыков в области социологии массовой коммуникации, понимания социального контекста деятельности в области рекламы, связей с общественностью, традиционных СМИ и новых медиа посредством обеспечения этапов формирования компетенций, представленных ФГОС ВО.

Основные задачи дисциплины:

- Формирование представления об СМК как социальном институте, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации.

- Получение системного комплекса знаний об информационной индустрии как социальном институте, изучение влияния СМК на индивида, социум и общественное мнение.

- Соотнесение понятия "межличностная коммуникация" и "массовая коммуникация"; и рассмотрение массовой коммуникации с теоретической, прагматической и экспериментально-прикладной точек зрения.

- Изучение социологических исследований в области функционирования института СМК и методик, с помощью которых можно получить представление о качественных и количественных характеристиках СМК.

- Получение представления о методологии и методах социологии массовых коммуникаций; о рекламе как специфической сфере массовых коммуникаций.

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- роль формирования массового сознания для институционализации рекламы и СМИ;

- что такое реклама, связи с общественностью, СМИ, новые медиа как социальные институты и какова их взаимосвязь с другими социальными институтами;

- социокультурные, социально-экономические и социально-политические факторы и причины появления этих социальных институтов;

- основные социальные, социально-экономические и пр. факторы особенностей функционирования этих институтов;

- основные социальные последствия деятельности этих социальных институтов;

- социальные причины изменений деятельности данных социальных институтов;

- какова социальная ответственность субъектов, осуществляющих деятельность этих социальных институтов.

Уметь:

- самостоятельно анализировать социальные и социокультурные процессы, происходящие в области СМИ и рекламы - оценивать эффективность воздействия этих институтов на общество;

- проводить анализ соответствия продуктов данных институтов социальному запросу.

Владеть:

- основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации. Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуаций;

- готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными

учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне;

- навыками написания аналитических материалов по основным изучаемым темам.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Массовая коммуникация как объект научного анализа. Основные этапы развития социологии массовых коммуникаций как науки

Возникновение массовой коммуникации в обществе. Массовая коммуникация как социальная подсистема

Средства массовой коммуникации и власть

Средства массовой коммуникации как вид бизнеса

Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации

Изучение эффектов воздействия массовой коммуникации

Манипулирование как функция средств массовой коммуникации

Реклама в средствах массовой коммуникации

Медиа- исследования в социологии: типология и методы

Коммуникатор и социологические методы его изучения

Содержание информации и методика его анализа

Социологические подходы к изучению основных средств массовой коммуникации:

медиа-измерения

Социологические исследования аудитории

Средства массовой коммуникации и общественное мнение

Проблема измерения эффектов и эффективности коммуникации

Конкретные эмпирические исследования средств массовой коммуникации

Аннотация к рабочей программе дисциплины Социология

Целью изучения дисциплины «Социология» является подготовка бакалавров в сфере рекламы и связей с общественностью, знакомить их с достижениями мировой и отечественной социологии, ее методами, формировать у них способность ориентироваться в происходящих социальных изменениях, взаимодействовать с коллегами в команде, состоящей из представителей разных культур и национальностей.

Задачами изучения дисциплины являются:

- формирование современных представлений о структуре общества, особенностях командной работы в разных сферах жизнедеятельности;
- раскрыть формы социализации личности для формирования адекватных представлений о командной работе в эпоху информационного общества;
- формировать способность организовать и проводить социологические исследования с целью изучения возможных способов улучшения морально-психологического климата в команде;
- ознакомить студентов с особенностями функционирования основных институтов общества: государства, религии, науки, семьи для достижения социальной стабильности в обществе.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Содержание дисциплины

Тема 1. Социология как наука и учебная дисциплина.

Тема 2. Становление и основные этапы развития социологической мысли.

Тема 3. Методология и методика эмпирического социологического исследования.

Тема 4. Общество как саморазвивающаяся система. Основные теории развития общества.

Тема 5. Культура в общественной системе.

Тема 6. Социология личности. Девиантное поведение.

Тема 7. Социальные общности и социальные группы.

Тема 8. Социальная структура, социальная стратификация и социальная мобильность общества.

Тема 9. Социальные институты: семья, государство, религия.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Теория и практика связей с общественностью

Цель дисциплины — - формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области теоретического развития и практического применения связей с общественностью для формирования репутации, эффективного взаимодействия с общественными группами государственных, муниципальных, коммерческих и некоммерческих структур, а также формирования индивидуального имиджа.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у студентов понимания роли и значения связей с общественностью в современном обществе; знания о приемах и методах связей с общественностью;
- развитие у обучающихся практических навыков в сфере связей с общественностью как профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплин студент должен

Знать:

- методы, применяемые в проектной деятельности для осуществления коммуникационных проектов и мероприятий
- особенности разработки и обоснования способов и порядка достижения целей коммуникационных проектов
- методы мониторинга и контроля выполнения плана коммуникационных проектов и мероприятий
- методы применения знаний по разработке коммуникационных проектов и мероприятий
- принципы разработки коммуникационных проектов использует типовые алгоритмы проведения рекламных и PR кампаний
- особенности отбора современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и специализированных программных продуктов для реализации коммуникационных проектов

Уметь:

- использовать методы, применяемые в проектной деятельности для осуществления коммуникационных проектов и мероприятий
- разрабатывать и обосновывать способы и порядок достижения целей коммуникационных проектов;
- осуществлять мониторинг и контроль выполнения плана коммуникационных проектов и мероприятий
- применять знания по разработке коммуникационных проектов и мероприятий
- разрабатывать коммуникационные проекты с использованием типовых алгоритмов проведения рекламных и PR кампаний.
- осуществлять отбор современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и специализированных программных продуктов для реализации коммуникационных проектов

Владеть:

- навыками использования методов, применяемых в проектной деятельности для осуществления коммуникационных проектов и мероприятий
- методами разработки и обоснования способов и порядка достижения целей коммуникационных проектов
- методами мониторинга и контроля выполнения плана коммуникационных проектов и мероприятий
- навыками применения знаний по разработке коммуникационных проектов и мероприятий
- методами разработки коммуникационных проектов с использованием типовых алгоритмов проведения рекламных и PR кампаний
- навыками отбора современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и специализированных программных продуктов для реализации коммуникационных проектов

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Связи с общественностью как отрасль знания

История возникновения и развития связей с общественностью

Основные научные школы, занимающиеся вопросами связей с общественностью

Принципы и функции связей с общественностью

Специфика практической деятельности в области связей с общественностью

Практический инструментарий в связях с общественностью и рекламе

Целевые аудитории связей с общественностью

Роль новых медиа в кризисных ситуациях

Электронный PR-текст

Отраслевые направления и сопутствующие виды деятельности в области связей с общественностью

Аннотация к рабочей программе дисциплины Управление коммуникационными проектами

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний, умений, навыков и компетенций в области управления коммуникационными проектами коммерческих, некоммерческих организаций, государственных, муниципальных учреждений.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов понимание процессов проектной коммуникационной деятельности;
- выработать практические навыки управления коммуникационными проектами.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-5 Способен определять способы и порядок осуществления коммуникационных проектов и мероприятий.

ПК-6 Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов.

Содержание дисциплины

Тема 1. Особенности коммуникационных проектов.

Тема 2. Структура коммуникационного проекта.

Тема 3. Инструментальное оснащение коммуникационного проекта.

Тема 4. Планирование и бюджетирование коммуникационного проекта.

Тема 5. Окружение коммуникационного проекта.

Тема 6. Разработка медиаплана.

Тема 7. Оценка ресурсов проекта.

Тема 8. Управление временными параметрами проекта.

Тема 9. Команда коммуникационного проекта.

Тема 10. Информационно-коммуникационные технологии в управлении проектами.

Тема 11. Мониторинг и контроль проекта.

Тема 12. Риски проекта.

Тема 13. Управление коммуникациями проекта.

Тема 14. Эффективность коммуникационного проекта.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Физическая культура и спорт

Целью освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» является формирование физической культуры личности.

Предметом изучения данной дисциплины являются основные понятия и принципы физической культуры, её методологические основы, умения и навыки выполнения основных двигательных действий, развитие физических качеств, обучение методике разработки комплексов упражнений для развития физических качеств.

Дисциплина «Физическая культура и спорт» является составной частью общей культуры и профессиональной подготовки студента. Она относится к базовой части профессионального цикла ОПОП в соответствии с образовательными стандартами.

Основные задачи дисциплины:

- понимание роли физической культуры в развитии личности и подготовки ее к профессиональной деятельности;
- знание научно-практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- овладение системой умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психо-физических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психо-физическую готовность студентов к будущей профессии;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

Воспитательные:

- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом.

В результате освоения дисциплин студент должен:

Знать:

- основы формирования физической культуры личности и здорового образа жизни;
- принципы использования физических упражнений для укрепления здоровья, физического развития и подготовки к профессиональной деятельности;
- методико-практические основы управления физической подготовкой;
- способы организации самостоятельных занятий физическими упражнениями.

Уметь:

- применять принципы занятий физическими упражнениями, обеспечивающими повышение функциональных и двигательных возможностей, достижение профессиональных целей;
- применять методы физической подготовки для профессионально-личностного развития и самосовершенствования.

Владеть:

- основами современных здоровьесберегающих технологий, необходимых для успешной профессиональной деятельности;
- средствами, методами, способами восстановления организма, организации

активного отдыха и реабилитации после перенесенных заболеваний.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

- Тема 1. Возникновение и развитие физической культуры и спорта
- Тема 2. История Олимпийских игр
- Тема 3. Социально-биологические основы физической культуры
- Тема 4. Научные основы здорового образа жизни
- Тема 5. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья
- Тема 6. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности
- Тема 7. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом
- Тема 8. Общая физическая и спортивная подготовка в системе физического воспитания
- Тема 9. Методы формирования физической культуры личности
- Тема 10. Принципы занятий физическими упражнениями
- Тема 11. Основы обучения двигательным действиям
- Тема 12. Общая характеристика физических способностей
- Тема 13. Силовые способности и методика их развития
- Тема 14. Скоростные способности и методика их развития
- Тема 15. Выносливость и методика ее развития. Гибкость и методика ее развития
- Тема 16. Координационные способности и методика их развития

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Философия

Квалификация:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины – ознакомление студентов с основными мировоззренческими проблемами человечества и философскими традициями их разрешения, с направлениями развития философской мысли и особенностями философского метода познания.

Задачи дисциплины:

- изучение основных проблем философии в историко-философском аспекте; разностороннее изучение проблемы человека, смысла и целей его существования;
- рассмотрение процесса развития наук, в первую очередь связанных с экономикой, в связи с развитием философского знания;
- создание условий для формирования у студентов самостоятельной оценки различных философских концепций;
- создание условий для применения философских знаний в процессе личностного самоопределения, мировоззренческого роста.

Предмет дисциплины – всеобщее, изучение всеобщих законов бытия: природы, общества и мышления.

В результате изучения философии студент должен:

Знать:

- содержание, сущность и специфику, основные тенденции развития современной философской мысли;
- смысл и содержание общественного развития и человеческого бытия;
- специфику применения философских знаний для осмысления социальных ситуаций и их разрешения на основе философской методологии;
- особенности проявления общих законов развития в практической деятельности юриста, в возникновении и разрешении правонарушений;
- объект, предмет, категории, основные законы философии, и ее роль в жизни человека и общества;
- принципы философии;
- содержание и этапы развития философии, философские партии и основные школы философии, в том числе развитие философской мысли в России;
- выдающихся представителей философской мысли;
- содержание учений выдающихся философов прошлого;
- основные направления современной философской мысли;
- смысл философского понятия бытия, его структуру;
- структуру диалектики и ее основные функции;
- современные концепции сущности и структуры общества, тенденции его развития;
- сущность личности, характер ее взаимоотношений с обществом;
- предпосылки возникновения сознания и его социальную сущность;
- содержание, структуру, формы и методы научного познания;
- этические и эстетические аспекты в жизни и деятельности человека,
- сущность социального прогресса с позиций формационного и цивилизационного подходов;
- природу и сущность глобальных проблем современности, а также возможные пути и средства их разрешения

Уметь:

- осмысливать и формулировать личные мировоззренческие, социально-нравственные установки с учетом специфики будущей профессиональной деятельности;
- применять полученные знания для постановки и анализа философских, методологических проблем в экономической теории и практики;
- самостоятельно изучать и анализировать философскую литературу в целях

саморазвития и совершенствования профессиональной культуры;

— анализировать противоречия глобализации и осмысливать пути разрешения глобальных проблем

Владеть навыками:

— разрешения социальных противоречий на основе использования философских знаний;

— использования положений гносеологии в выявлении сути социальных проблем;

— применения положений философской методологии в деятельности экономистов;

— эффективного обоснования профессиональных научно-исследовательских программ в области экономических наук;

— использования законов возникновения, развития мысли, а также правильного мышления, выводного знания, аргументации и принятия квалифицированных решений;

— выявления основных закономерностей и форм регуляции поведения людей, обеспечения прав и свобод человека и гражданина нашей страны;

— включения моральных и эстетических регулятивов в формирование личности экономиста;

— аргументированного, логически непротиворечивого проведения экономических исследований

Содержание дисциплины:

1. Философия как мировоззрение и наука
2. Генезис философии
3. Философское учение о бытии и развитии
4. Природа и сущность человека, смысл и сущность человеческого бытия.
Ценности в жизни человека
5. Философия об обществе и государстве, идея общественного прогресса
6. Природа сознания и познания
7. Глобальные проблемы современности и будущее человечества.

Аннотация рабочей программы дисциплины Экономика

Целью освоения дисциплины «Экономика» является формирование теоретических знаний, понятийного аппарата в области экономики, а также приобретение необходимых практических навыков анализа закономерностей, текущего состояния и тенденций развития экономики в современных условиях.

Задачи:

- освоение основных научных подходов, ключевых понятий и терминов, основных теорий, характеризующих становление, современное состояние и тенденции развития экономики;
- получение студентами знаний по основным разделам экономики, об основных макроэкономических показателях и принципах их расчета;
- приобретение навыков решения стандартных экономических задач и использования экономического инструментария для анализа внешней и внутренней среды бизнеса;
- выбор оптимальных способов решения текущих задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Дисциплина «Экономика» относится к базовой части дисциплин и является обязательной для изучения дисциплиной при освоении ОПОП по направлению по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Шифр дисциплины в рабочем учебном плане Б1.О.29.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- УК-2.1 Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними
- УК-2.2 Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта
- УК-2.3 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм
- УК-2.4 Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач

Содержание дисциплины:

1. Общие положения об экономической деятельности
2. Теория спроса и предложения.
3. Государственное регулирование экономики
4. Фирма в экономической деятельности
5. Ценообразование. Финансовый сектор

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Элективные курсы по физической культуре и спорту

Целью освоения дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» является формирование физической культуры личности.

Предметом изучения данной дисциплины являются основные понятия и принципы физической культуры, её методологические основы, умения и навыки выполнения основных двигательных действий, развитие физических качеств, обучение методике разработки комплексов упражнений для развития физических качеств.

Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» является составной частью общей культуры и профессиональной подготовки студента и дисциплиной по выбору вариативного блока в соответствии с образовательными стандартами.

Основные задачи дисциплины:

- понимание роли физической культуры в развитии личности и подготовки ее к профессиональной деятельности;
- знание научно-практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- овладение системой умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психо-физических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психо-физическую готовность студентов к будущей профессии;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

Воспитательные:

- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом.

В результате освоения дисциплин студент должен:

Знать:

- основы формирования физической культуры личности и здорового образа жизни;
- принципы использования физических упражнений для укрепления здоровья, физического развития и подготовки к профессиональной деятельности;
- методико-практические основы управления физической подготовкой;
- способы организации самостоятельных занятий физическими упражнениями.

Уметь:

- применять принципы занятий физическими упражнениями, обеспечивающими повышение функциональных и двигательных возможностей, достижение профессиональных целей;
- применять методы физической подготовки для профессионально-личностного развития и самосовершенствования.

Владеть:

- основами современных здоровьесберегающих технологий, необходимых для успешной профессиональной деятельности;
- средствами, методами, способами восстановления организма, организации активного отдыха и реабилитации после перенесенных заболеваний.

Содержание дисциплины (разделы, темы):

Раздел 1 – Лёгкая атлетика, гимнастика, спортивные игры

Раздел 2 – Общая физическая подготовка:

- развитие выносливости;
- развитие силовых способностей и силовой выносливости;
- развитие скоростных способностей;
- развитие гибкости;
- развитие координации.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Эмпирический маркетинг

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области организации и управления маркетинговой деятельностью в современных условиях экономики впечатлений (креативной экономики), применительно к профессиональной деятельности в рекламе и PR.

Основные задачи дисциплины:

- сформировать у студентов понимание особенностей эмпирического маркетинга и маркетинговой эстетики;
- сформировать навыки использования механизмов взаимодействия с целевыми аудиториями и окружением организации в современных условиях экономики впечатлений;
- привить студентам навыки использования инструментов эмпирического маркетинга.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

ПК-3 Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям.

Содержание дисциплины

Тема 1. Экономика впечатлений. Впечатления – как экономическое предложение.

Тема 2. Понятие эмпирического маркетинга.

Тема 3. Отличительные особенности эмпирического и традиционного маркетинга.

Тема 4. Инструменты эмпирического маркетинга. Проводники переживаний.

Тема 5. Маркетинговая эстетика.

Тема 6. Стратегия эмпирического маркетинга.

Тема 7. Развитие индустрии впечатлений. Миграция ценности.