**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**ГЛОБАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Направление подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Направленность (профиль) – **Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника – **бакалавр**

**Цель** **дисциплины** - является формирование системного понимания особенностей современных 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 коммуникаций.

- Формирование понимания комплексности функционирования коммуникационного пространства.

- Изучение основных законов взаимодействия общества и сферы коммуникации.

- Формирование устойчивой способности к деконструкции любого коммуникационного явления (акта) и оценки влияния не него конкретного контекста.

- Систематизация ранее полученных практических знаний в сфере бизнес- и политических коммуникаций.

- Получение понимания теоретических основ функционирования каналов коммуникаций в современном мире.

- Формирование диалектического понимания взаимодействия и взаимовлияния различных каналов информации и носителей информации.

- Формирование способности к теоретическому осмыслению эмпирического опыта использования коммуникаций.

 **П**роцесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-4; ПК-2

**Универсальная компетенция**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Категория универсальных компетенций** | **Код и наименование универсальной компетенции**  | **Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции**  |
| Коммуникация | **УК-4** Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | **ИД-1УК-4**. Выбирает на государственном и иностранном языке коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.**ИД-2УК-4**. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.**ИД-3УК-4.**Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.**ИД-4УК-4.**Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: * внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям;
* уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы;
* критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.

**ИД-5УК-4.**Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного на государственный язык и обратно. |

**Профессиональная компетенция**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Задача ПД** | **Объект или область знания** | **Код и наименование профессиональной компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции** |
| **Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый** |
| Разработка маркетинговых программ, стратегических и антикризисных коммуникаций  | Корпоративные и глобальные коммуникации, имидж компании, бренд компании (товарная марка, личный бренд), продукт рекламы, средства рекламы, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания, информационные ресурсы в сети Интернет. | **ПК-2.** Способен разрабатывать коммуникационные программы, в том числе, антикризисные | **ИД-1ПК-2.** Применяет знанияонаиболее целесообразных и эффективных способах планирования маркетинговых коммуникаций.**ИД-2ПК-2.** При разработке коммуникационных программ учитывает маркетинговые цели, особенности отрасли и характеристики целевых аудиторий.**ИД-3ПК-2.** Осуществляет мониторинг и актуализацию стратегических и антикризисных коммуникаций компании. |

**Содержание дисциплины (разделы, темы):**

Введение в интегрированные 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.