

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 05 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Отечественная история
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. и. н, доцент Кирилюк Д.В.

Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

1 курс

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Отечественная история

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа

Цели и задачи дисциплины: сформировать у студентов комплексное представление о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации; систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, с акцентом на изучение истории России; ввести в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработать навыков получения, анализа и обобщения исторической информации.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Отечественная история» относится к базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла ООП (Б1.Б.1). Дисциплина «Отечественная история» базируется на знаниях и умениях, полученных в средней школе при изучении всеобщей истории и истории России. Данная дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин: «Философия», «История мировой литературы и искусства», «Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью» и др.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):
способность и готовность к:

- владеть культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- знать свои права и обязанностей как гражданина своей страны; уметь использовать Гражданский Кодекс, другие правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки. Исследователь и исторический источник
2. Особенности становления государственности в России и мире

3. Русские земли в XIII-XV веках и европейское средневековье
4. Россия в XVI-XVII веках в контексте развития европейской цивилизации
5. Россия и мир в XVIII в.
6. Развитие ведущих стран мира в XIX веке
7. Россия и мир в XX веке
8. Россия и мир в XXI веке

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: основные направления, проблемы, теории и методы истории; движущие силы и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе, политической организации общества; различные подходы к оценке и периодизации всемирной и отечественной истории; основные этапы и ключевые события истории России и мира с древности до наших дней; выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории; важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития;

уметь: логически мыслить, вести научные дискуссии; работать с разноплановыми источниками; осуществлять эффективный поиск информации и критики источников; получать, обрабатывать и сохранять источники информации; преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма; формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории; соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; извлекать уроки из исторических событий и на их основе принимать осознанные решения;

владеть: представлениями о событиях российской и всемирной истории, основанными на принципе историзма; навыками анализа исторических источников; приемами ведения дискуссии и полемики.

Разработчик:

к. и. н, доцент Кирилук Д.В.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Иностранный язык
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филол. н, доцент Сергиенко Н.А.
Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Иностранный язык»
Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц, 360 часов

Цели и задачи дисциплины: повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой деятельности при общении с зарубежными партнерами, и для дальнейшего самообразования.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Иностранный язык (английский)» является одним из важнейших курсов, входящих в базовую часть гуманитарного, социального и экономических цикла (Б1.Б.3). Разнообразные страноведческие и кросскультурные сведения, изучаемые в рамках данной дисциплины, позволяют познакомиться с современными традициями англоязычных стран, что позволит свободно ориентироваться во всех сферах применения языка. Студент должен обладать базовыми знаниями, умениями и компетенциями по английскому языку, полученными на этапе среднего общего или профессионального образования на уровне среднего или ниже-среднего, что соответствует уровню «pre-intermediate level» в международной системе оценивания уровней владения английским языком. Дисциплина «Иностранный язык (английский)» связан с преподаваемыми параллельно дисциплинами «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации», «История мировой литературы и искусства». Они структурируют и корректируют имеющиеся общекультурологические знания, формируют представления о будущей профессии студента, что в свою очередь может быть использовано на занятиях по иностранному языку в качестве устных или письменных тем. Успешное усвоение материала курса «Иностранный язык» необходимо для изучения последующей дисциплины: «Иностранный язык в профессиональной сфере».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

По завершении курса студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями (ОК)*:

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК- 8);
- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Universities
2. The Russian Federation
3. The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland

4. The United States of America. American Values
5. Looking for a Job
6. What is PR?
7. History of Public Relations
8. PR, Advertising and Marketing
9. PR as a Profession
10. Public Relations in a World of Corporations
11. PR Activities
12. Understanding of the News Media
13. Organization of Publishing Houses
14. Press Relations
15. The News Release
16. Ethical Issues of PR
17. Sponsoring

В результате изучения дисциплины студент должен:

1) *знать*: базовые правила грамматики (на уровне морфологии и синтаксиса); базовые нормы употребления лексики и фонетики; требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры; основные способы работы над языковым и речевым материалом; основные ресурсы, с помощью которых можно эффективно восполнить имеющиеся пробелы в языковом образовании (типы словарей, справочников, компьютерных программ, информационных сайтов сети Интернет, текстовых редакторов и т.д.).

2) *уметь*: в области аудирования: воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстов, относящихся к различным типам речи (сообщение, рассказ), а также выделять в них значимую /запрашиваемую информацию; в области чтения: понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических и прагматических текстов (информационных буклетов, брошюр/проспектов), научно-популярных и научных текстов, блогов/веб-сайтов; детально понимать общественно-политические, публицистические (медийные) тексты, а также письма личного характера; выделять значимую/запрашиваемую информацию из прагматических текстов справочно-информационного и рекламного характера; в области говорения: начинать, вести/поддерживать и заканчивать диалог-расспрос об увиденном, прочитанном, диалог-обмен мнениями и диалог-интервью/собеседование при приеме на работу, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости используя стратегии восстановления сбоя в процессе коммуникации (переспрос, перефразирование и др.); расспрашивать собеседника, задавать вопросы и отвечать на них, высказывать свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника (принятие предложения или отказ); делать сообщения и выстраивать монолог-описание, монолог-повествование и монолог-рассуждение; в области письма: заполнять формуляры и бланки прагматического характера; вести запись основных мыслей и фактов (из аудио-текстов и текстов для чтения), а также запись тезисов устного выступления/письменного доклада по изучаемой проблематике; поддерживать контакты при помощи электронной почты (писать электронные письма личного характера); оформлять Curriculum Vitae/Resume и сопроводительное письмо, необходимые при приеме на работу, выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций, информационных буклетов, рекламных листовок, коллажей, постеров, стенных газет и т.д.).

3) *владеть*: стратегиями восприятия, анализа, создания устных и письменных текстов разных типов и жанров; компенсаторными умениями, помогающими преодолеть «сбои» в коммуникации, вызванные объективными и субъективными, социокультурными причинами; стратегиями проведения сопоставительного анализа факторов культуры различных стран; приемами самостоятельной работы с языковым материалом (лексикой, грамматикой, фонетикой) с использованием справочной и учебной литературы.

Разработчик:

к. филол. н., доцент Сергиенко Н.А.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 05 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Русский язык и культура речи
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. ф. н., доцент А.А. Хадынская.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Русский язык и культура речи»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Цели и задачи дисциплины: сформировать умения использования литературных норм в устной и письменной речи; ознакомить с нормами современного русского литературного языка, с современными лингвистическими словарями разных типов, вырабатывать умения пользования словарями и применения содержащейся в них информации с целью создания и редактирования текстов, обучить приемам создания текстов разных функциональных стилей, приемам работы с учебными и научными текстами: конспектирование, цитирование, аннотирование, реферирование.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Русский язык и культура речи» относится Гуманитарному, экономическому и социальному циклу (Б1.Б.4). Взаимосвязь дисциплины «Русский язык и культура речи» определяется общностью функционально-прагматических особенностей названной дисциплины и дисциплины «Иностранный язык». Кроме того, между указанной дисциплины есть косвенная связь с дисциплиной «История Отечества», так как изменение литературной нормы и стилистической системы национального языка очень часто обуславливаются историческими процессами и событиями. Входные знания учащихся состоят из базовых сведений по современному языку: имеются в виду основные знания в области фонетики, лексикологии и фразеологии, грамматики и стилистики. Полученные знания в процессе курса являются базовыми для освоения содержания курсов.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Студент должен приобрести следующие *профессиональные компетенции* (ПК):

- владение основами речи, знать ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Язык как система. Структура национального языка

2. Понятие нормы. Основные нормы современного русского литературного языка
3. Орфоэпические нормы
4. Лексические и фразеологические нормы
5. Морфологические нормы
6. Синтаксические нормы
7. Функциональные стили
8. Основные качества образцовой речи
9. Невербальное общение

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: понятия «литературный язык», «языковая норма», «национальный язык» («просторечие», «территориальные и социальные диалекты»); основные черты современной русской орфоэпии; основные принципы современной русской орфографии; особенности современных функциональных стилей; системные отношения лексических единиц; особенности употребления заимствований; особенности употребления фразеологизмов.

уметь: работать с лингвистическими словарями разных типов; употреблять слова в прямом и переносном значениях; использовать синонимы, антонимы, омонимы, паронимы; реализовать фонетические нормы современного русского языка; реализовать орфографические нормы современного русского языка; реализовать грамматические нормы современного русского языка; анализировать тексты разных функциональных стилей; работать с учебными и научными текстами; уместно использовать заимствованные слова; уместно использовать фразеологизмы.

владеть: навыками элементарного исправления фонетических, морфологических, лексико-семантических и синтаксических ошибок; навыками корректной орфографии прежде всего в своей профессиональной языковой сфере; навыками корректной пунктуации.

Разработчик:

к. ф. н., доцент А.А. Хадынская

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“18” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Психология
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доц. Гузич М.Э.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Психология»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4** зачетные единицы **144** часа.

Цели и задачи дисциплины: сформировать комплексное представление об основах психологических знаний, современном состоянии психологической науки.

Место дисциплины в структуре ООП

«Психология» относится к Гуманитарному, социальному и экономическому циклу (Б1.Б.5) и является основной дисциплиной, которая предназначена для подготовки студентов к будущей профессиональной деятельности наряду с «Психология труда», «Психология профессионального самоопределения», «Психология управления», «Имиджелогия» «Конфликтология», и т.д. Овладение основами психологической работы предполагает и способствует личностному росту студентов. Данный курс является обязательным и необходимым для подготовки к практической работе PR-специалиста любого профиля.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими **общекультурными компетенциями** (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Студент должен обладать следующими **профессиональными компетенциями** (ПК):

общепрофессиональные:

- способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации;

осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Предмет, объект и методы психологии. Основные функции психики. Место психологии в системе наук.
2. Развитие психики в процессе филогенеза и онтогенеза.
3. Познавательные психические процессы.
4. Психические процессы.
5. Психическая регуляция поведения и деятельности. Общение и речь.
6. Психология личности. Межличностные отношения. Психология малых групп. Межгрупповые отношения и взаимодействия.

В результате освоения дисциплины студент должен

знать: способы и принципы изучения психического развития в разных школах и направлениях психологии; основные закономерности развития психики в онтогенезе и антропогенезе, ее сущность, механизмы, условия и причины; закономерности психической деятельности и специфику её проявления в различных сферах общественной практики;

уметь: различать качественные и количественные характеристики психики; проводить психологический анализ конкретных видов труда, профессиональных задач и ситуаций; использовать полученные психологические знания для решения профессиональных задач;

владеть: теоретическими понятиями современной психологии; средствами создания и поддержания благоприятного психологического климата в коллективе, мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации; средствами осуществления работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.

Разработчик

к. психол. н., доц. Гузич М.Э.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 05 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Социология
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филос. н., доцент И.В. Кулагина.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Социология»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа

Цель и задачи дисциплины: сформировать у студентов представления об обществе в историческом процессе, основных направлениях и школах социологии, теоретической и практической социологии, структурных и экзистенциальных аспектах изучения общества, о микро-, среднем и макро-уровне социологической теории, методах организации социологических исследований, методах анализа и обработки данных социологических исследований, навыки социального взаимодействия.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Социология» относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу (Б1.Б.7). Для успешного освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы знания об истории философских учений об обществе, антропологии, мировой истории, истории России, основ математики и статистики, правовых учений, формальной логики, представления об организации научных исследований. Студенты должны различать социальную, культурную, экономическую, политическую подсистемы общества, иметь навыки работы с компьютером в текстовом редакторе, уметь пользоваться калькулятором. Изучение дисциплины служит необходимым условием для подготовки студентов к ведению самостоятельной практики научных исследований, обеспечивает преемственность в блоке гуманитарных, социальных и экономических дисциплин между такими дисциплинами как культурология, экономика, политология.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями* (ОК):
способностью и готовностью к

- владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу и восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умеет критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- использует основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями* (ПК):

- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Предмет и место социологии в системе знания
2. Социология личности
3. Социология групп
4. Общество как предмет социологического исследования
5. Социальная динамика и социальные процессы
6. Методы социологических исследований
7. Программа социологического исследования
8. Социологический инструментарий
9. Полевое социологическое исследование
10. Обработка результатов социологического исследования
11. Анализ результатов социологического исследования
12. Полевое социологическое исследование
13. Общество как предмет социологического исследования
14. Обработка результатов социологического исследования
15. Общество как предмет социологического исследования
16. Анализ результатов социологического исследования
17. Социальная динамика и социальные процессы
18. Анализ результатов социологического исследования

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать основные понятия социологии, основные направления, школы, концепции в социологии, виды, методы и принципы организации социологических исследований;

уметь определять тип социальной организации, структурные характеристики социальной организации, ориентироваться в современных проблемах и социальной структуре общества, выделять типы социального действия, находить причины и определять последствия управленческих решений, вести самостоятельные научные исследования с использованием прикладных социологических методов.

владеть навыками нахождения эффективных решений проблем, возникающих в групповой динамике, навыками разработки социологического инструментария, культурой проведения социологических исследований; навыками анализа статистической информации.

Разработчик

к. филос. н., доцент И.В. Кулагина

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 13 ” 05 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины История и актуальные проблемы
отечественной журналистики

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филол. наук, доцент Нененко А.А.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«История и актуальные проблемы отечественной журналистики»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: развитие теоретических знаний о журналистике, осмысление опыта отечественных средств массовой информации и журналистов, их места в культуре в диахронии исторического процесса.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «История и актуальные проблемы отечественной журналистики» относится к Гуманитарному, социальному и экономическому циклу (Б1.В.ОД.2) и призван ознакомить студентов со становлением и развитием средств массовой информации в России. Данная дисциплина базируется на основе приобретённых знания в рамках дисциплины «Отечественная история» и изучения основ литературной нормы и стилистической системы национального языка в средней образовательной школе. Входные знания учащихся состоят из базовых сведений по современному языку: имеются в виду основные знания в области фонетики, лексикологии и фразеологии, грамматики и стилистики. Дисциплина «История и актуальные проблемы отечественной журналистики» предшествует дисциплинам «История и актуальные проблемы зарубежной журналистики», «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими **общекультурными компетенциями** (ОК):

- владеть культурой мышления, обладать способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);

Студент должен обладать следующими **профессиональными компетенциями** (ПК):

- владеть знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- обладать базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Формирование традиций отечественной журналистики.
2. История отечественной журналистики и редакторского дела первой трети XIX века.
3. История отечественной журналистики и редакторского дела второй трети XIX века.
4. История отечественной журналистики и редакторского дела последней трети XIX века.
5. Российская журналистика в начале XX в
6. Журналистика России в условиях буржуазно-демократического государства (февраль-октябрь 1917 года)
7. Журналистика конца 20-30-х годов (1928-1941).
8. Журналистика в годы Великой Отечественной войны (1941-1945)
9. Средства массовой информации Российской Федерации (90-е годы, вплоть до настоящего времени)

В результате освоения дисциплины студент должен

знать: основные факты и ключевые события становления и развития отечественной печати.

уметь: анализировать явления современной медиакультуры, понимать процесс конструирования социальной реальности средствами СМИ.

владеть: методологическим базисом изучаемой дисциплины, определять соотношение журналистики в контексте других наук, иметь представление о специфике данной дисциплины.

Разработчик:

к. филол. наук, доцент Нененко А.А.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“18” 05 2018 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины История и актуальные проблемы
зарубежной журналистики

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филол. наук, доцент Нененко А.А.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
История и актуальные проблемы зарубежной журналистики

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Цели и задачи дисциплины: сформировать представления о генезисе, тенденциях, закономерностях развития зарубежной журналистики, обеспечить осмысление современного состояния журналистики и перспектив ее развития, в стадийном развитии зарубежной медиакультуры.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «История и актуальные проблемы зарубежной журналистики» относится к вариативным дисциплинам цикла Гуманитарных, социальных и экономических дисциплин (Б1.В.ОД.2). Данная дисциплина базируется на основе приобретенных знания в рамках дисциплины «Отечественная история», «История и актуальные проблемы отечественной журналистики» и изучения основ литературной нормы и стилистической системы национального языка в средней образовательной школе. Входные знания учащихся состоят из базовых сведений по современному языку: имеются в виду основные знания в области фонетики, лексики и фразеологии, грамматики и стилистики. Полученные знания в процессе освоения курса являются базовыми для освоения содержания курсов «Информационные и аналитические жанры», «Копирайтинг», «Пресс-служба» и др.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями* (ОК):

- владеть культурой мышления, обладать способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);

Студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями* (ПК):

- владеть знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- обладать базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Предыстория зарубежной журналистики
2. Европейская журналистика эпохи Просвещения
3. Английская журналистика XVII-XVIII веков

4. Американская журналистика времен войны за независимость
5. Печать и проблемы авторского права
6. История «THE TIMES»: появления феномена «четвертой власти»
7. Появление «нового журнализма»
8. СМИ на заре новой эры: появление фотографии, радио и телевидения
9. СМИ современности

В результате изучения дисциплины студенты должны:

- 1) знать: основные факты и ключевые события становления и развития зарубежной печати.
- 2) уметь: анализировать явления современной медиакультуры, понимать процесс конструирования социальной реальности средствами СМИ.
- 3) владеть: методологическим базисом изучаемой дисциплины, определять соотношение журналистики в контексте других наук, иметь представление о специфике данной дисциплины.

Разработчик:

к. филол. наук, доцент Нененко А.А.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



“ 13 ” 05 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Словесное творчество

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филол. н, доцент Нененко А.А.

Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Словесное творчество

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72 часа**

Цель и задачи дисциплины: сформировать у студентов представления об эстетической природе художественного произведения в аспекте языковых средств, контекстов, в которых оно функционирует, о языковой природе и функциях словесного творчества, совершенствовать навыки анализа художественного текста.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Словесное творчество» относится к числу Гуманитарных, социальных и экономических дисциплин (Б.1.В.ОД.5). Освоение курса базируется на дисциплинах гуманитарного и социального профиля, изученных студентами в среднем учебном заведении. Кроме того, дисциплина опирается и на курсы, изученные студентом в предыдущих семестрах: «Русский язык и культура речи», «Психология», «Психология массовых коммуникаций», «Основы связей с общественностью». Дисциплина предваряет изучение следующих курсов: «Копирайтинг», «Пресс-служба», «Корпоративная газета».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями* (ОК):
способность и готовность к:

- владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- использовать основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Студент должен приобрести следующие *профессиональные компетенции* (ПК):

- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Словесное искусство как диалог

2. Словесное искусство как мифотворчество
3. Картина мира в словесном искусстве
4. Сюжет и сюжетное пространство
5. Стилистика прозаических жанров и основные формы повествования
6. Формы художественного сознания и механизмы литературной эволюции
7. Культура толкования текста
8. Метрика и ритмика
9. Устная традиция в словесном искусстве

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основы словесного творчества, правила создания и анализа текстов различной семантики;

уметь: корректно интерпретировать явления речи и словесного искусства, творчески пользоваться языком с учетом конкретной ситуации, обстановки, эстетических возможностей слова;

владеть: навыком грамотно и логично излагать свои мысли, суждения об искусстве в устной и письменной форме.

Разработчик

к. ф. н., доцент А.А. Нененко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института



“ 18 ” 08 2018 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Тренинг личностного роста
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н. доц. Самойлова М.В.

Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Тренинг личностного роста

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы

Цели и задачи дисциплины: обеспечить овладение студентами широким спектром средств межличностного и публичного общения.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Тренинг личностного роста» относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу (Б1.В.ДВ.3.1) и является вариативным для всех студентов специальности связей с общественностью, обучающихся по образовательным программам бакалавра. Знания данной дисциплины опираются на такие дисциплины как «Психология», «Культурология», «Презентация». Освоение курса является условием для реализации магистерских образовательных программ, а также для овладения знаниями по образовательным программам смежных дисциплин соответствующего профиля, а именно основы связей с общественностью, теория и практика рекламы. Данный курс является обязательным и необходимым для подготовки к практической работе специалиста по «Связям с общественностью», поскольку создает условие для введения студентов первого курса в профессию.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями* (ОК):
способность и готовность к:

- владению культуры мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умению логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- способность к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК- 7);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Студент должен приобрести следующие *профессиональными компетенциями* (ПК):
способность и готовность к:

- проводить исследования конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК – 11);
- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК- 18).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Культурная речь как неперенное условие общения.
2. Основы ораторского искусства.
3. Организация процесса общения.
4. Общение как взаимодействие.
5. Общение в сложных ситуациях
6. Этикет в общении

В результате освоения дисциплины студенты должны:

знать: нормы современного литературного языка; приемы тренинговой работы с группой;

уметь: произвольно использовать адекватные средства общения в зависимости от ситуации и целей процесса коммуникации; находить адекватные средства установления контакта с любой аудиторией; адекватно использовать вербальные и невербальные средства общения;

владеть: основами этикета общения; навыками публичного общения;

Разработчик:

к. психол. н. доц. Самойлова М.В.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



20 10 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Тренинг креативного мышления
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н. доц. Самойлова М.В.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Тренинг креативного мышления

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы

Цели и задачи дисциплины: овладение способами решения креативных задач и широким спектром средств создания словесного творческого продукта, посредством освоения понятий креативность, творческое мышление, творчество; выработки навыков эвристического анализа вербального и невербального материала и овладения формами групповой творческой работы.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Тренинг креативного мышления» относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу (Б1.В.ДВ.3.2). Знания и умения данной дисциплины опираются на такие дисциплины как «Психология», «Культурология». Освоение курса является условием для реализации магистерских образовательных программ, а также для овладения знаниями по образовательным программам смежных дисциплин соответствующего профиля, а именно основы связей с общественностью, теория и практика рекламы. «Данный курс является обязательным и необходим для подготовки к практической работе специалиста по «Связям с общественностью», поскольку создает условие для введения студентов первого курса в профессию, помогает творчески осмыслить выбранное направление, учит групповому взаимодействию при решении творческих задач, а также креативному восприятию действительности, как необходимому компоненту будущей профессиональной деятельности.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями* (ОК):
способность и готовность к:

- владению культуры мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умению логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- способность к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);

использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Студент должен приобрести следующие **профессиональными компетенциями** (ПК):
способность и готовность к:

- проводить исследования конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК – 11);
- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК- 18).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Введение в психологию креативности
2. Овладение способами решения творческих задач
3. Тактика и стратегия решения креативных задач в PR-сфере.

В результате освоения дисциплины студенты должны:

знать: различные виды творческих задач, понимать содержание понятия креативность, творчество, творческое мышление;

уметь: организовывать групповое решение задач различного содержания, осуществлять экспертный анализ продукта на предмет обыденность/креативность произвольно использовать средства создания словесного творческого продукта

владеть: эвристическими способами анализа вербального и невербального материала;- навыками творческого анализа продукта; создавать собственный креативный продукт по поставленной задаче.

Разработчик:

к. психол. н. доц. Самойлова М.В.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 05 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Межкультурная коммуникация

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доцент Плеханова Н.П.
Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Межкультурная коммуникация

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы

Цели и задачи дисциплины: сформировать представления об основных закономерностях межкультурной коммуникации, о тенденциях социализации и инкультурации индивида, о механизмах восприятия между различными этническими и культурными группами.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Межкультурная коммуникация» относится к Гуманитарному, социальному и экономическому циклу (Б1.В.ДВ.5.1) и является важной дисциплиной в подготовке специалистов, работающих в сфере коммуникации. Курс «Межкультурная коммуникация» является неотъемлемой частью деятельности PR-специалиста и опирается на дисциплину общепрофессиональной подготовки «Психология». Дисциплина «Межкультурная коммуникация» устанавливает глубокие содержательные связи отдельных разделов и тем с темами курсов «Этнология», «Культурология», «Психология общения» и «Теории коммуникаций». Освоение курса является условием для овладения знаниями по образовательным программам смежных дисциплин «Конфликтология», «Основы теории коммуникации», «Психология и этика деловых отношений».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):
способность и готовность к:

- владению культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1); - стремлению к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6); - осознанию социальной значимости своей будущей профессии, обладанию высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК- 8).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. История возникновения и развития межкультурной коммуникации. Культура и коммуникация
2. Основные понятия и теории межкультурной коммуникации
3. Виды и формы межкультурной коммуникации
4. Психологические основы межкультурной коммуникации. Проблемы понимания в межкультурной коммуникации.
5. Межкультурная коммуникация как учебная дисциплина.

В результате освоения дисциплины студенты должны:

знать: теоретические основы межкультурной коммуникации; основные понятия, виды, формы, структуру межкультурной коммуникации;

уметь: применять на практике полученные знания в конкретных ситуациях межкультурного взаимодействия; анализировать этническую и культурную специфику этнической картины мира и способов ее выражения; развивать культурную восприимчивость и способность толерантного отношения к другим культурам и их представителям; преодолевать стереотипы межкультурного взаимодействия.

владеть: основными понятиями и терминологией, теориями межкультурной коммуникации, основными закономерностями развития этноса и индивида в процессе инкультурации; способностью к правильной интерпретации различных видов поведения, вербального и невербального общения; навыками продуктивного межкультурного взаимодействия.

Разработчик:

к. психол. н., доцент Плеханова Н.П.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Этнология
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к.и.н., доцент А.И. Делицой
Ф.И.О. (подпись) ст. преп. К.О. Токтонова

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Этнология

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы

Цель и задачи дисциплины: ознакомить студентов с понятийным аппаратом этнологической науки, сформировать у них знания о современном этническом составе населения мира и основных этапах его становления, об особенностях традиционной культуры народов мира, в том числе народов России и малочисленных народов Севера, проживающих в ХМАО. Одна из важных задач данного курса - способствовать выработке у студентов научного видения современных этнических процессов, межэтнических коммуникаций и их роли в этносоциальном развитии человечества в условиях глобализации.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Этнология» относится к циклу Гуманитарных, социальных и экономических дисциплин (Б.1.В.ДВ.5.2). Дисциплина «Этнология» базируется на знаниях и умениях, полученных в средней школе при изучении истории, обществознания и географии, и помогает в дальнейшем при изучении дисциплин, связанных с профессиональной деятельностью - «Основы теории коммуникации», «Социологией», «Культурологией», «Межкультурная коммуникация».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие **общекультурные компетенции** (ОК):
способность и готовность к:

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Предмет этнологии как науки.
2. Классификации народов мира.
3. Народы зарубежной Европы.
4. Народы Азии.
5. Народы Африки.
6. Народы Америки.
7. Народы России.
8. Этническая идентичность и межэтнические коммуникации

9. Современные этнические и этноконфессиональные конфликты и их урегулирование.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные направления, проблемы, теории и методы этнологии; основные понятия и термины по данному предмету; важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития разных народов.

уметь: логически мыслить, вести научные дискуссии; работать с разноплановыми источниками; формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам этнологии;

владеть: навыками реферирования научной этнологической литературы; навыками системного восприятия этнических сведений, явлений, процессов этнологии народов России и зарубежных стран; приемами ведения дискуссии и полемики.

Разработчики

к.и.н., доцент А.И. Делицой
ст. преп. К.О. Токтонова

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



“ 15 ” 05 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Компьютерные технологии и информатика

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к.ф.-м.н., доц. Е.Н. Шевченко.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Компьютерные технологии и информатика
Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **216** часа, **6** зачетных единиц

Цель и задачи дисциплины: ознакомить студентов с базовыми элементами информатики: основными понятиями, техническими средствами и программным обеспечением персональных компьютеров; сформировать представления о грамотном применении современных информационных технологий в сфере их профессиональной деятельности, показать место и роль, возможности и условия применения современных информационных технологий в будущей профессиональной деятельности студентов

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Компьютерные технологии и информатика» входит в базовую часть математического и естественнонаучного цикла подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью» (Б2.Б.1). Для изучения дисциплины необходимо знание обязательного минимума содержания общего (полного) образования по информатике.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Основы информатики
2. Компьютерная техника и программное обеспечение
3. Компьютерные сети
4. Обработка текстовых данных
5. Обработка табличных данных
6. Мультимедиа. Визуализация данных
7. Информационная безопасность
8. Сжатие данных
9. Компьютерные технологии в рекламе и ССО

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные понятия, методы и приемы информатики, компьютерных технологий;

уметь: использовать в профессиональной деятельности возможности вычислительной техники и программного обеспечения; создавать базы данных; использовать ресурсы Интернет;

владеть: средствами компьютерной графики (ввод, вывод, отображение, преобразование и редактирование графических объектов на персональной электронно-вычислительной машине (ПЭВМ)); основными методами работы на ПЭВМ с прикладными программными средствами; навыками составления статистических отчетов; навыками работы в компьютерной сети Интернет.

Разработчик

к.ф.-м.н., доц. Е.Н. Шевченко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“14” 05 и спонс. 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Математика и статистика
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к.ф.-м.н., доц. Е.Н. Шевченко.
Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Математика и статистика

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **144** часа, **4** зачетных единиц

Цель и задачи дисциплины: ознакомить студентов с базовыми элементами математики и их местом и ролью в современном социально-гуманитарном знании, выработать грамотное теоретическое представление о базовых элементах математики и сформировать навыки их практического применения.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Математика и статистика» входит в базовую часть математического и естественнонаучного цикла подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью» (Б2.Б.2). Для изучения дисциплины необходимо знание обязательного минимума содержания общего (полного) образования по математике.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- умение использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Основы математики.
2. Основы теории вероятностей
3. Основы математической статистики

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные понятия, методы и приемы математического анализа, теории вероятности и математической статистики;

уметь: использовать в профессиональной деятельности математические методы;

владеть: методами математического анализа, навыками составления статистических отчетов.

Разработчик

к.ф.-м.н., доц. Е.Н. Шевченко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Основы теории коммуникации
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Основы теории коммуникации

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **144** часа, **4** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: сформировать у студентов всесторонние представления о феномене социальной коммуникации; умения и навыки эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной и бытовой коммуникации; обеспечить изучение основ коммуникативного знания и специфики коммуникаций в различных сферах социальной жизни; освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации освоение аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к Профессиональному циклу (БЗ.Б.5) и изучается в 2-м семестре на 1-м курсе. Дисциплина «Основы теории коммуникации» базируется на знаниях и умениях, полученных в средней школе при изучении русского языка, литературы, риторики, обществознания. Данная дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин: «Психология массовой коммуникации», «Социология массовой коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «Принципы ведения переговоров».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие **общекультурные компетенции** (ОК):

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

- способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

Студент должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК)**:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

- владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);

- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации
2. Коммуникационный процесс
3. Виды коммуникации. Вербальная коммуникация
4. Виды коммуникации. Невербальная коммуникация

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: историю возникновения и развития коммуникации; основные термины и понятия, принятые в данной дисциплине; важнейшие теории массовой коммуникации и информации, разработанные зарубежными и отечественными учеными; разновидности коммуникации (виды, типы, формы, модели); теоретические основы производства, передачи и прохождения информации; теоретические и практические вопросы организации общения, как коммуникативного процесса; основы психологии коммуникаций на переговорах; характеристику коммуникативной личности; общую характеристику понятий о высших нравственных ценностях; роль и значение коммуникаций

уметь: обосновать сущность и функции массовой коммуникации; различать типы, виды, формы и модели массовой коммуникации; формировать и структурировать модели массовой коммуникации; использовать приобретенные знания в организации офисных коммуникаций; практически осуществлять все стадии коммуникативного процесса; передавать и принимать информацию в процессе осуществления различных коммуникаций; обосновать цели коммуникатора в различных моделях коммуникации; исполнять коммуникативную роль в практической деятельности; правильно строить речь, применять в практике речевой коммуникации правила семиотики языка; различать используемые в общении различные типы знаков и символов; устанавливать обратную связь с аудиторией; устранять препятствия на пути прохождения информации.

владеть: приемами построения дискурса в соответствии с выбранным коммуникативным кодом и господствующими в данном обществе нормами и правилами общения; темпом, тоном, интонацией, дикцией; средствами коммуникации для выражения разнохарактерной информации; выбирать, сочетать и варьировать в процессе коммуникационных актов различные средства коммуникации в связи с изменяющимися условиями.

Разработчик

к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института



20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Безопасность жизнедеятельности
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: д.т.н., профессор С.С. Беднаржевский
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Безопасность жизнедеятельности

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), 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.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» входит в базовую часть профессионального цикла (Б.3.Б.9) и является обязательной для изучения. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовности студента: дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» базируется на знаниях и умениях, полученных в средней школе при изучении естествознания, биологии, химии, природоведения и основ экологии.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):
готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально- значимые проблемы и процессы (ОК-9);
способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК- 15)

Студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями* (ПК):
способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях;

способен к выработке нестандартных решений (ПК-18).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Введение в безопасность. Основные понятия и определения
2. Человек и техно сфера.
3. Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания
4. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного; антропогенного и техногенного происхождения
5. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека
6. Психофизиологические и эргономические основы безопасности
7. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях и реализации
8. Управление безопасностью жизнедеятельности

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные техносферные опасности, их свойства и характеристики, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них применительно к сфере своей профессиональной деятельности;

уметь: идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности;

владеть: законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды, требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности; способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях; понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности; навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды.

Разработчик

д.т.н., профессор С.С. Беднаржевский

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 05 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Основы связей с общественностью
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к.п.н., доцент А.Н. Шевкунов
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Основы связей с общественностью

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **360** часа, **10** зачетных единиц.

Цели и задачи дисциплины: подготовить студентов к самостоятельной трудовой деятельности в качестве пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры, эксперта, консультанта, референта в государственных и общественных учреждениях и организациях, коммерческих структурах по вопросам массовой информации и деловой коммуникации, общественных связей, гуманитарных технологий, научных, культурных и туристических обменов.

Место дисциплины в структуре ООП

Курс «Основы связей с общественностью» относится к профессиональному циклу дисциплин (БЗ.В.ОД.13). Он связан с циклом общественных и специальных дисциплин, таких как: реклама в коммуникационном процессе, основы теории коммуникации, социология и психология массовой коммуникации, маркетинг, современный менеджмент, управление в рекламе, создание рекламного продукта, маркетинговые исследования в связях с общественностью и др. Обучение по программе «Теория и практика связей с общественностью», включает базовые (т.е. наиболее распространенные и перспективные) области данного вида деятельности, предусматривает творческое развитие слушателей в рамках представленной программы под руководством специально подготовленных преподавателей и при наличии адекватной учебно-материальной базы. После успешного изучения данного курса слушатели будут иметь возможность осуществления работ связанных с процессами и явлениями внутривластной и международной жизни; межнациональными, межэтническими и международными отношениями; социально-экономическими проблемами города, области, республики, страны; научным и культурным сотрудничеством; информационным обеспечением внутренней и внешней политики предприятия; формированием общественного мнения; создание единого экономического, экологического, культурного и информационного пространства и др. Требования, предъявляемые к студентам, изучающим курс дисциплины «Основы связей с общественностью» регламентируются в объеме школьной программы по дисциплинам история, обществознание, русский язык.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь ОК-2);
 - готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
 - способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
 - стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6):
 - осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК- 8).
- Студент должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК)**:
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
 - владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
 - обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Контекст возникновения PR в России.
2. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса.
3. Современные социально-экономические особенности состояния России.
4. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
5. Основные принципы и понятия.
6. Функции специалиста по связям с общественностью, профессиональные требования к специалисту.
7. Сферы применения PR-деятельности.
8. Предмет, структура, функции PR
9. Место PR в различных коммуникационных системах.
10. Коммуникация и распространение информации в обществе.
11. Теория свободной прессы и ее социальной ответственности.
12. Правовое обеспечение СО. Профессиональная этика: виды кодексов проф. поведения.
13. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов PR.
14. Журналистские методики подачи социальной тематики
15. Особенности PR-текстов и общие требования к их подготовке.
16. Механизмы управления новостной информацией.
17. Критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов СМИ.
18. Виды мероприятий и документов PR.
19. Исследования в PR
20. Основные организационные структуры PR
21. Понятие общественного мнения. Подходы к технологиям определения общественного мнения.
22. Процесс влияния служб PR на общественное мнение
23. Мифы и стереотипы в структуре массового сознания.

24. Психологические механизмы развития массового поведения (подражание, заражение, внушение, убеждение).
25. Стихийное массовое поведение.
26. Психология моды.
27. Понятие кризиса и кризисной ситуации. Классификация кризисов.
28. Правила поведения в кризисной ситуации.
29. Конфликт как вид кризисной ситуации
30. Возникновение имиджа и имиджевые характеристики. Типология имиджевых характеристик в PR.
31. Стратегии конструирования имиджа и информационная политика.
32. Фирменный стиль в общем контексте PR- деятельности
33. Брендинг в системе коммуникаций.
34. Политические кампании. Избирательные технологии и PR-технологии в избирательной кампании
35. Реклама в системе PR-деятельности.
36. Государственные PR.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: важнейшие проблемы внутренней и внешней политики России, современных международных отношений; положения важнейших международно-правовых документов ООН, ЮНЕСКО, ОБСЕ и других международных организаций, регламентирующих деятельность в области международной информации, гуманитарного и культурного сотрудничества; историю и современную практику массовой коммуникации и различные ее виды и формы; основные понятия используемые в связях с общественностью, цели и общие требования предъявляемые к профессиональной деятельности; историю возникновения и становления связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; структуру и технологию социологических исследований аудитории средств массовой информации; основы конфликтологии и социальной психологии и владеть навыками работы в кризисных ситуациях;

уметь: устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агенствами по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями; устанавливать связи с людьми организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные кампании, владеть навыками социального и политического маркетинга; организовать и вести протоколно-деловые мероприятия; находить и использовать необходимую информацию для решения профессиональных задач; выдвигать идеи решения возникающих проблем (разработка, выбор технологии и материалов, организация деятельности и др.);

владеть навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом печати, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей:

Разработчик

к.п.н., доцент А.Н. Шевкунов

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 10 ” 20 17 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Психология труда

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью

Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доц. Гузич М.Э.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Психология труда»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: сформировать стройную систему знаний, умений и навыков, составляющих основу квалификации специалиста-практика, предметом деятельности которого являются люди как субъекты труда.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Психология труда» относится к Профессиональному циклу (БЗ.В.ДВ.11.1) и является базовой для студентов, обучающихся по образовательным программам бакалавра. Опирается на дисциплину общепрофессиональной подготовки «Психология». Освоение курса является условием для реализации магистерских образовательных программ, а также для овладения знаниями по образовательным программам смежных дисциплин соответствующего профиля – «Психологии управления», «Психологии профессионального самоопределения», «Имиджелогия», «Конфликтологии», и т.д. Данный курс является обязательным и необходим для подготовки к практической работе PR- менеджера любого профиля.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Психология труда как область научного знания.
2. Классификация профессий.
3. Психология субъекта профессиональной деятельности.
4. Профессиональная пригодность и профессионализм.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные концепции психологии труда, понимать, в каких областях практики и каким образом могут быть применены знания научной психологии; пределы применения знаний, умений и навыков на практике.

уметь: разрабатывать программу психологического обследования субъектов труда и их деятельности в связи с конкретным социальным заказом; проводить психологический анализ конкретных видов труда, профессиональных задач и ситуаций; составлять эмпирические классификации профессий; выбирать пути и средства оптимизации, применительно к конкретной проблемной ситуации.

владеть: методологическими подходами, теоретическими знаниями, методами исследования и воздействия, адекватными различным практическим задачам психологии труда.

Разработчик

к. психол. н., доц. Гузич М.Э.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 05 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Психология профессионального
самоопределения

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доц. Гузич М.Э.

Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Психология профессионального самоопределения»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: формирование стройной системы знаний, умений и навыков, составляющих основу квалификации специалиста-практика, предметом деятельности которого являются люди как субъекты труда. Подготовить специалиста, способного к постоянному совершенствованию своей профессиональной деятельности, и если необходимо, как это требует рыночная экономика, к повышению квалификации и переквалификации.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Психология профессионального самоопределения» относится к Профессиональному циклу (БЗ.В.ДВ.11.2). Опирается на дисциплину общепрофессиональной подготовки «Психология». Освоение курса является условием для реализации магистерских образовательных программ, а также для овладения знаниями по образовательным программам смежных дисциплин соответствующего профиля – «Психологии управления», «Психологии труда», «Психологии имиджа», «Конфликтологии», и т.д. Данный курс является обязательным и необходим для подготовки к практической работе PR- менеджера любого профиля.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие **общекультурные компетенции** (ОК):

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Студент должен приобрести следующие **профессиональными компетенциями** (ПК):
общепрофессиональные:

- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Профориентология как наука. Основные концептуальные положения.
2. Профессиональное самоопределение. Цели и задачи профессионального самоопределения.
3. Психологическое сопровождение профессионального самоопределения.
4. Понятие профессии.

В результате освоения дисциплины студент должен

знать: основные сферы промышленного производства, сущность, содержание, структуру и способ функционирования, систему знаний о человеке как субъекте трудового процесса, его возрастных, индивидуальных особенностях, социальных факторах развития; основные системы образовательных и промышленных учреждений и основы управления ими; основы организации опытно-экспериментальной работы и исследований в сфере образования и промышленности. Понимать, в каких областях практики и каким образом могут быть применены знания научной психологии; пределы применения знаний, умений и навыков на практике.

уметь: разрабатывать программу психологического обследования субъектов труда и их деятельности в связи с конкретным социальным заказом; проводить психологический анализ конкретных видов труда, профессиональных задач и ситуаций; составлять эмпирические классификации профессий; выбирать пути и средства оптимизации, применительно к конкретной проблемной ситуации; организовать трудовой процесс в различных социокультурных условиях; проектировать, реализовывать, оценивать и корректировать трудовой процесс.

владеть: методологическими подходами, теоретическими знаниями, методами исследования и воздействия, адекватными различным практическим задачам психологии труда.

Разработчик

к. психол. н., доц. Гузич М.Э.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“19” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Физическая культура
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. п. н., доцент В.Ю. Лосев
Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ

Рабочей программы дисциплины
Физическая культура

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **300** часов.

Цели и задачи дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Для достижения поставленной цели предусматривается решение следующих воспитательных, образовательных, развивающих и оздоровительных задач:

- понимание роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
- знание научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно—ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студента к будущей профессии;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к разделу «Физическая культура» (Б4)ООП ВПО. В высших учебных заведениях «Физическая культура» представлена как учебная дисциплина и важнейший компонент целостного развития личности. Являясь компонентом общей культуры, психофизического становления и профессиональной подготовки студента в течение всего периода обучения, она входит в число обязательных дисциплин раздела «Физическая культура». Дисциплина «Физическая культура» базируется на школьных курсах анатомии, биологии, физики и двигательной подготовке по физической культуре. Целью физического воспитания студентов является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Основы здорового стиля жизни. Средства физической культуры в регулировании работоспособности

2. Освоение различных видов двигательной активности. Основы методики и организации самостоятельных занятий физическими упражнениями.

3. Основы оздоровительной тренировки в избранном виде спорта.

4. Физическая культура в профессиональной деятельности бакалавров.

В результате освоения дисциплины студент должен

знать основы физической культуры и понимать ее роль в развитии человека и подготовке специалиста.

уметь использовать средства физической культуры для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, достижения личных жизненных и профессиональных целей.

владеть системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств (с выполнением установленных нормативов по общей физической и спортивно-технической подготовке);

Разработчики

к. п. н., доцент В.Ю. Лосев

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ”

20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Культурология

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филос. н., доцент Т.Ю. Денисова 
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М. 
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

2 курс

АННОТАЦИЯ Рабочей программы дисциплины «Культурология»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы

Цели и задачи дисциплины: обеспечить изучение культуры как целостного общественного явления, имеющего сложную структуру, развивающегося в соответствии с объективными законами и выполняющего важнейшие функции в социуме (адаптации, социализации, интеграции и т.д.); рассмотрение генезиса, функционирования и развития культуры как специфически человеческого способа жизни.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Культурология» относится к циклу гуманитарных и социально-экономических дисциплин ООП ВПО, базовой части (Б.1 Б.6). Изучается на втором курсе направления «Реклама и связи с общественностью», в третьем семестре. При изучении дисциплины студенты опираются на знания, полученные в процессе освоения школьных предметов «История», «Обществознание» и «Мировая художественная культура». Предполагается, что из школьных курсов студентам известны основные этапы развития общечеловеческой культуры, сущность цивилизационного и формационного подходов к изучению общества, понятно соотношение понятий «культура» и «цивилизация». Преемственным по отношению к курсу культурологии будет курс «Философия», изучаемый на третьем курсе.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями (ОК)*:

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Культурология как система. Структура и состав современного культурологического знания.
2. Культурогенез: сущность, механизм и перспективы.
3. Культура и цивилизация. Типология культур и цивилизаций.
4. Культурная картина мира и межкультурные коммуникации
5. Место и роль России в мировой культуре.

6. Культура и глобальные проблемы современности.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные теории развития культуры: предмет, важнейшие понятия, структуру, функции культурологии, главные школы, направления и концепции культурологии; генезис и основные исторические этапы развития мировой культуры; основные периоды развития особенности и конкретные формы проявления культуры России на всём протяжении отечественной истории; место российской культуры в мировом культурном процессе.

уметь: использовать знания, полученные в курсе культурологии для оценки явлений культурной жизни современного общества; ориентироваться в культурологической, художественно-эстетической и нравственной проблематике и вести себя в жизни в соответствии с требованиями, предъявляемыми обществом к культурной, развитой личности.

владеть: культурологическим понятийным аппаратом.

Разработчик

к. филос. н., доцент Т.Ю. Денисова

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 15 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Экономика

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. э. н., доцент С.П. Подустов
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Экономика

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы

Цели и задачи дисциплины: подготовить бакалавра к работе в трудовом коллективе, привить умение коммуникационности в трудовых отношениях и понимания системы построения экономических отношений в обществе; формирование у студентов культуры экономического мышления: выработка адекватных представлений о сути экономических явлений и их взаимосвязи; выработка практических навыков принятия ответственных экономических решений, как в личной, так и общественной жизни; формирование способности к саморазвитию, самообразованию, самостоятельности в принятии решений.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Экономика» относится к обязательным дисциплинам вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла (Б1. Б.8) и является обязательной для изучения. Дисциплина содержательно, методологически и логически связана с другими дисциплинами: «История», «Правоведение», «Психология». Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося базируются на компетенциях выпускника средней школы, таких как эрудиция, познавательная потребность, интеллектуальная зрелость, логика мышления. В рамках дисциплины формируется предметно-методологическая база, необходимая для освоения дисциплин профессионального цикла.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями (ОК)*:

- использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении специальных и профессиональных задач (ОК-9);
- быть способным анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-10).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Введение в экономическую науку
2. Основные закономерности экономической организации общества
3. Общая характеристика рыночной экономики
4. Механизм совершенной конкуренции
5. Механизм несовершенной конкуренции
6. Теория производства
7. Рынок капитала и процент. Рынок земли.
8. Преимущества и недостатки рыночного механизма.
9. Основные макроэкономические показатели.
10. Макроэкономическое равновесие: базовые модели.
11. Макроэкономическая нестабильность: цикличность развития экономики.

12. Кредитно-денежная система и кредитно-денежная политика.
13. Налогово-бюджетная политика.
14. Инфляция и антиинфляционная политика. Экономический рост.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основы экономической теории, необходимые для осуществления профессиональной деятельности. Использовать знания основ экономики при решении социальных и профессиональных задач.

уметь: использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач; находить эффективные организационно-управленческие решения; самостоятельно осваивать экономические знания, необходимые для работы в конкретных сферах юридической практики;

владеть: культурой мышления, способностью к обобщениям, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; методами анализа социально-значимых проблемы и процессов.

Разработчик

к. э. н., доцент С.П. Подустов

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Стилистика и литературное редактирование

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. ф. н., доцент А.А. Хадынская
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Стилистика и литературное редактирование

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: повысить уровень владения устной и письменной речью; ознакомить студентов с общетеоретическими вопросами стилистики и литературного редактирования, основными направлениями стилистики как науки; выработать практические навыки работы с текстами разных функциональных стилей, функционально-смысловых типов речи, навыков лингвистического анализа, продуцирования и редактирования текстов разных стилей, и анализа стилистических ошибок и их исправления; совершенствовать навыки студентов в составлении текстов разных жанров, выработка, сформировать коммуникативную компетенцию студентов.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» относится к Гуманитарному, социальному и экономическому цикл (Б1.В.ОД.4.). Освоение курса базируется на дисциплинах гуманитарного и социального профиля, изученных студентами в среднем учебном заведении. Кроме того, дисциплина опирается и на курсы, изученные студентом в предыдущих семестрах: «Русский язык и культура речи», «Психология», и на дисциплины, изучаемые студентом параллельно, такие как «Психология массовых коммуникаций», «Основы связей с общественностью».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие **общекультурные компетенции (ОК):**

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Стилистика как наука
2. Фонетическая стилистика
3. Лексическая стилистика
4. Стилистические средства фразеологии
5. Морфологическая стилистика
6. Синтаксическая стилистика

7. Стилистика текста
8. Функциональные стили
9. Основы литературного редактирования

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: теоретические основы стилистики и литературного редактирования; лексические, грамматические и стилистические нормы современного русского литературного языка; специфику использования языковых средств в устной и письменной формах различных функциональных стилей литературного языка; специфику текста как языковой единицы и как объекта литературного редактирования; основные приемы и принципы редакторской правки текста;

уметь: пользоваться понятийно-категориальным аппаратом; продуцировать связные письменные и устные монологические тексты в соответствии с коммуникативными намерениями и ситуацией общения; анализировать семантику, смысл, значение текста; строить и редактировать тексты разных функциональных стилей.

владеть: нормами устной и письменной литературной речи; навыками составления текстов различных функциональных стилей в соответствии с жанровыми требованиями, законами композиции, правилами русского языка; навыками использования богатого лексического запаса с учетом нюансов в значениях слов; навыками отбора стилистически адекватных языковых средств в зависимости от задачи составляемого текста; принципами редактирования текстов разных жанров с учетом принятой системы специальных редакторских терминов и знаков.

Разработчик

к. ф. н., доцент А.А. Хадынская

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



“15” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Методы научных исследований
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филос. н., доцент Т.Ю. Денисова
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Методы научных исследований»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **144** часа, **4** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: сформировать культуру научного мышления и овладение навыками самостоятельного научного исследования.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Методы научных исследований» относится к циклу гуманитарных, социальных и экономических дисциплин ООП (Б1.В.ОД.6), изучается на втором курсе, в третьем семестре. В процессе изучения дисциплины студенты используют знания, полученные в курсе обществознания в общеобразовательной школе (раздел «Наука»). В дальнейшем знания и навыки, полученные в ходе освоения дисциплины «Методы научных исследований», будут использованы студентами при подготовке курсовых, дипломных и других научно-исследовательских работ.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями (ОК)*:

- владением культурой мышления, способностью к обобщению и анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Наука как социокультурный феномен. Специфика научного познания
2. Возникновение науки и основные стадии ее развития. Динамика научного познания.
3. Специфика эмпирического и теоретического познания. Специфика социально-гуманитарных наук
4. Методология научного познания
5. Технология научного исследования
6. Глобальные проблемы современного мира. Роль научного сообщества в их преодолении

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: закономерности развития научного познания и формирования научной картины мира; сущность приемов и методов научного исследования, принципиальной значимости их выбора; специфику эмпирического и теоретического познания, природу их взаимодействия и необходимость взаимодополнительности;

уметь: формулировать научную проблему, цели и задачи исследования; определять объект и предмет исследования; выдвигать гипотезу и грамотно осуществлять ее доказательство; излагать материал в соответствии с требованиями к стилю научной работы;

владеть: методиками обработки материалов исследования; навыками оформления библиографической, текстуальной и иллюстративной частей работы.

Разработчик

к. филос. н., доцент Т.Ю. Денисова

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 08 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины История мировой литературы и искусства

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филол. н, доцент Хадынская А.А.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ

Рабочей программы дисциплины
«История мировой литературы и искусства»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет **144** часа, **4** зачетные единицы

Цель и задачи дисциплины: ознакомить студентов с основными направлениями истории мировой литературы, сформировать систематизированные знания о мировом литературном процессе, жанрах и стилях литературного творчества, методах анализа художественного текста, месте данной дисциплины в ряду других гуманитарных дисциплин; основных вехах в историческом развитии мировой литературы и искусства, представления о месте и роли в русской литературы, особенностях литературы как вида искусства.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «История мировой литературы и искусства» относится к Гуманитарному, социальному и экономическому циклу (Б1.В.ОД.8). Преподавание дисциплины «История мировой литературы и искусства» опирается на знания, полученные в средней школе в рамках предмета «Литература» и «Мировая художественная культура». Обучающийся должен иметь первичное представление о мировом литературном и культурном процессе, иметь определенный багаж прочитанных художественных текстов, иметь навыки первичного анализа художественного произведения.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):
способность и готовность к:

- овладению культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умению логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

Студент должен приобрести следующие *профессиональные компетенции* (ПК):

- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Мировая литература и искусство: основные понятия курса. Мифология как мировоззрение и форма культуры
2. Античная литература
3. Искусство и литература европейского Средневековья и эпохи Возрождения
4. Литература и искусство эпохи классицизма и Просвещения
5. Основные направления и течения в европейском искусстве и литературе XIX века

6. XX век в искусстве и литературе Западной Европы
7. Русская литература и искусство от Древней Руси до XVII века
8. Русская литература и искусство XVIII-XIX веков
9. Русская литература и культура XX века

В результате изучения дисциплины студент должен

знать: основные этапы развития культуры и литературы и их основных представителей; главные артефакты различных культурных эпох.

уметь: анализировать художественные произведения; определять принадлежность художественного произведения к определенной эпохе.

владеть: необходимым понятийно-терминологическим аппаратом; навыками оценивания текста с исторических и теоретических позиций.

Разработчик:

к. филол. н, доцент Хадынская А.А.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института





“18” 05 2015 г.


Аннотация рабочей программы дисциплины Аспекты операторского искусства
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доцент Иванчихина Е.В., 
Ф.И.О. (подпись) преподаватель Ганеева Л.Д. 

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М. 
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Аспекты операторского искусства»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цель и задачи дисциплины: сформировать навыки деятельности оператора фото- и видеоматериалов при создании жанровых работ; понимание общих принципов создания художественного видеообраза; представление о разных жанрах видео- и фотоматериалов; обеспечить овладение теоретическими представлениями и основными понятиями, практическими навыками работы с фото- и видеотехникой, программами обработки фото и видеоматериалов; освоение прикладных возможности и правил оформления и презентации результатов творческой работы (фотоснимков, фотовыставки, видеороликов, клипов, репортажей и пр.).

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Аспекты операторского искусства» относится к Гуманитарному, социальному и экономическому циклу (Б1.В.ДВ.1.1). Движение студентов по курсу предполагает опору на такие изучаемые в университете дисциплины как «История мировой литературы и искусства», «Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации». Полученные знания в процессе курса являются базовыми для освоения содержания курса «Основы тележурналистики».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие **общекультурные компетенции (ОК):**

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3).

Основные дидактические единицы (разделы):

Раздел 1. Основы фотографии и фотоискусства.

Раздел 2. Основы искусства видеосъемки

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: законы авторских правах, этические принципы в работе с образами; основные техники, приемы и жанровую специфику, возможности художественного аудио- и видеобраза.

уметь: свободно ориентироваться в многообразии способов и средств создания художественного видео- и аудиообраза; анализировать особенности создания видео- и аудиозвучания;

владеть: техниками обработки фотографий, монтажа и компоновки видеоматериала; приемами презентации фото и видеоматериала.

Разработчик:

к. психол. н., доцент Иванчихина Е.В.,
преподаватель Ганеева Л.Д.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Информационные и аналитические жанры

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. ф. н., доцент А.А. Нененко
Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Информационные и аналитические жанры»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы,

Цель и задачи дисциплины: сформировать у студентов развернутое представление об информационной и аналитической журналистике.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Информационные и аналитические жанры» читается в рамках дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.1.2) Гуманитарного, социального и экономического цикла на 2 курсе в 3 семестре. Основой освоения дисциплины «Информационные и аналитические жанры» является знания и навыки, полученные учащимися в ходе освоения курсов «Стилистика и литературное редактирование», «Русский язык и культура речи». Полученные знания в процессе курса являются базовыми для освоения содержания курсов «Пресс-служба», «Копирайтинг» и др.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции (ОК)*:

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

Студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями (ПК)*:

- обладанием базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Понятие жанра. Жанровая структура
2. Аналитическая журналистика в жизни современного общества
3. Жанры аналитической журналистики
4. Основные информационные жанры
5. Специфика аналитического изображения действительности
6. Предметные виды анализа в журналистике
7. Тематические виды анализа в журналистике

В результате изучения дисциплины студент должен

знать: жанровую структуру и своеобразие аналитической и информационной журналистики. Особенности аналитического способа изображения актуальной действительности.

уметь: выявлять специфику методики анализа явлений, интерпретировать и комментировать факты и события, создавать проблемно-аналитические материалы в разных жанрах; ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения; вести диалог или полемику.

владеть: основными способами аргументации, разновидностями коммуникативных целей, композиционными формами и речевыми средствами; поиском информации в сети Интернет.

Разработчик:

к. ф. н., доцент А.А. Нененко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“18” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Презентация

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина,
преподаватель А.С. Савичева

Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Презентация»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: сформировать навыки представлять свои идеи и проекты в форме презентации в контексте деловой коммуникации; представления об основных теоретических аспектах презентации как составляющей коммуникационного процесса; обеспечить изучение основных типологических особенностей презентации; мобилизацию творческих ресурсов студентов при подготовке к презентации посредством упражнений, деловых игр; выработать технические и психологические средства, необходимые при подготовке эффективной презентации.

Место дисциплины в структуре ООП

Курс «Презентация» относится к Гуманитарному, социальному и экономическому циклу (Б1.В.ДВ.2.1) и изучается на 2-м курсе в 3-м семестре. Движение студентов по курсу предполагает опору на такие изученные в университете дисциплины, как «Основы связей с общественностью», «Межкультурная коммуникация», «Словесное творчество». По окончании курса «Презентация» студенты должны обладать необходимыми коммуникативными навыками для подготовки публичного выступления, презентации, которые станут основой изучения дисциплин «Имиджелогия», «Психология и этика деловых отношений» и др.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции (ОК)*:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1).

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2).

Студент должен приобрести следующие *профессиональные компетенции (ПК)*:

- законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);

- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Презентация в коммуникационном процессе.
2. Типологические особенности презентации, классификация.
3. Технология работы с аудиторией во время презентации.
4. Эмоциональное настроение презентатора.
5. Этапы работы презентатора. Структура презентации.

6. Основная часть и заключение презентации.
7. Невербальное общение во время презентации.
8. Технология создания электронной презентации.
9. Принципы эффективной презентации.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: коммуникативные и технические средства и приемы построения эффективной презентации; основные психологические приемы и этические нормы создания презентации, используемые в коммуникационном процессе.

уметь: анализировать и оценивать социальную информацию, планировать и осуществлять свою деятельность с учетом результатов этого анализа, излагать материал в соответствии с требованиями к стилю научной работы.

владеть: навыками подготовки эффективной презентации, способностью к деловым коммуникациям в профессиональной сфере, культурой ведения дискуссии.

Разработчики:

к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина,
преподаватель А.С. Савичева

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Устная публичная речь
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. ф. н., доцент А.А. Нененко
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Устная публичная речь»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: сформировать профессиональные компетенции студентов, складывающихся из знаний о технике речи и технологий публичного выступления.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Устная публичная речь» относится к числу вариативных дисциплин основного блока Гуманитарного, социального и экономического цикла (Б1.В.ДВ.2.2) и изучается на 3 семестре 2 курса. В процессе усвоения содержания курса предполагается опора студентов на базовые знания, полученные в процессе освоения «Русский язык и культура речи» и «Словесное творчество». Полученные знания в процессе освоения курса являются базовыми для освоения содержания курсов: «Имиджелогия», «Пресс-служба», «Принципы ведения переговоров», «Корпоративная культура» и др.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК):**

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

Студент должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК):**

- владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Современное понимание эффективности речи
2. Риторический идеал
3. Риторический канон
4. Мастерство публичного выступления
5. Работа оратора над управлением внимания аудитории
6. Типы слушателей
7. Основные жанры и виды речей
8. Типы публичных выступлений
9. Приемы организации слушания

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: совокупность правил, определяющих последовательность подготовки к ораторской деятельности; законы и формы логического мышления, типы аргументации и ее структуру;

уметь: производить системный анализ требований риторического канона;

владеть: умениями и навыками изобретения, языкового выражения и произнесения речей разных типов (информирующей, аргументирующей речи и т.п.), а также поведение оратора в аудитории.

Разработчик:

к. ф. н., доцент А.А. Нененко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

« 18 » 05 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Логика и теории аргументации

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью

Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филос. н., доцент Нестерова О.Ю.

Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Логика и теории аргументации»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: формирование у студентов навыков систематического, последовательного, критичного мышления как всеобщей интеллектуальной базы познавательной деятельности и коммуникации. Для выполнения этой задачи необходимо ознакомить студентов с основными логическими формами мышления и базисными логическими операциями; привить студентам элементы логической методики рассуждения (в том числе аргументации), организации исследовательской деятельности и анализа логической структуры знаний; показать возможности использования средств логической формализации.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Логика и теория аргументации относится к циклу Математических и естественнонаучных дисциплин (Б2.В.ОД.3). Изучение данной дисциплины связано с содержанием таких наук как психология, философия, математика и информатика. При изучении проблем логики опираются на знания студентов по данным дисциплинам, полученным в средней школе. По окончании данного курса студенты должны знать основные формы и принципы дискурсивного мышления; основные теории классической формальной логики и описываемые ими структуры правильных суждений; уметь использовать правила выполнения основных интеллектуальных процедур с понятиями; пользоваться правилами аргументации в процессе доказательства и опровержения.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОК-4);
- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Предмет логики
2. Исторические формы логики
3. Язык как знаковая система
4. Язык логики высказываний
5. Понятие как форма мышления
6. Формализация языковых выражений
7. Операции с понятиями
8. Виды понятий, отношения между ними

9. Суждение как форма мышления
10. Установление истинности суждений
11. Умозаключение как форма мышления. Виды умозаключения
12. Категорический силлогизм. Фигуры и правила силлогизма.
13. Законы логики.
14. Дедукция. Индукция. Аналогия.
15. Основы теории аргументации
16. Операции доказательства и опровержения
17. Гипотеза как средство научного познания
18. Построение гипотезы, правила, ошибки

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основы гуманитарных, социальных, экономических дисциплин; научные, философские, религиозные картины мира; движущие силы, многовариантность и закономерности исторического процесса; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии.

уметь: использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении; самостоятельно анализировать социально-политическую, экономическую и научную литературу; применять соответствующую терминологию.

владеть: способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах, способностью к критике, самокритике и работе в коллективе.

Разработчик:

к. филос. н., доцент Нестерова О.Ю.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“18” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Выпуск учебной газеты
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н. Е.В. Иванчихина
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Выпуск учебной газеты»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72 часа, 2 зачетные единицы.**

Цели и задачи дисциплины: обеспечить освоение и развитие практических навыков выпуска тематической газеты: разработка концепции газеты, сбора и обработки информации, работы с текстами (рецензирование, редактирование), написание и редактирование собственных и газетных материалов; сформировать необходимые теоретические представления о роли журналиста в жизни общества и основах работы в творческом коллективе под общим проектом; приобрести профессиональные навыки работы с информацией, текстами и периодическими изданиями, а также сформировать осознанный выбор профессиональной поведенческой позиции в журналистике, ориентированной на общечеловеческие ценности.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Выпуск учебной газеты» относится к профессиональному циклу дисциплин, вариативной части (БЗ.В.ОД.10). Основание курса базируется на дисциплинах гуманитарного и социального профиля, изученных студентами в среднем учебном заведении. Теоретическую базу курса представляют дисциплины базовой части профессионального цикла «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации». Полученные знания в процессе курса являются базовыми для освоения содержания курсов «Информационные и аналитические жанры», «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Корпоративная газета».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие **общекультурные компетенции (ОК)**:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь ОК-2);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Особенности журналистской работы. Виды журналистской деятельности.
2. Структура редакции. Редакция и социальные связи
3. Планирование работы редакции
4. Редакционный процесс выпуска номера. Построение подборки новостей. Достоверность информации
5. Жанровое разнообразие - залог "нескучной газеты".
6. Целевая аудитория издания
7. "Герой" в современной прессе

8. "Автор" в современной прессе

9. Концепция издания.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные понятия дисциплины «Выпуск учебной газеты» и оперировать ими в своей практической деятельности;

уметь: организовывать процесс разработки концепции газеты, подбора материалов, верстки тематической газеты; анализировать, рецензировать, компилировать, дайджестировать материалы местных и региональных СМИ; обрабатывать и компоновать собранную информацию в соответствии с поставленной целью;

владеть: основными жанрами журналистики; навыками организации работы в малом коллективе (микрогруппе) по выпуску номера газеты – освоить основы редакторской, дизайнерской, корректорской, корреспондентской работы; этикетом и правилами культурного взаимодействия в профессиональном кругу и за его рамками.

Разработчик

к. психол. н. Е.В. Иванчихина

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института


“ В ” 05 _____ 20 К г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филос., н., доцент Денисова Т.Ю. 
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М. 
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4** зачетные единицы, **144** часа.

Цели и задачи дисциплины: сформировать у студентов целостные представления о мировой художественной культуре как феномене человеческой деятельности, аккумулирующем исторический опыт, религиозные, нравственные, философские, эстетические, ценностные ориентиры различных народов и эпох; показать место курса в системе гуманитарного знания в целом, а также его значение в качестве компонента профессиональной подготовки специалистов в сфере связей с общественностью; сформировать знания об этапах, закономерностях, тенденциях развития мировой художественной культуры и их детерминантах; проанализировать шедевры русского и зарубежного искусства с позиций эстетической актуальности художественных образов, а также возможности их рассмотрения в качестве индикатора идейного и духовного содержания эпохи и средства воздействия на общество.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью» относится к циклу (БЗ.В.ОД.11). Изучается на втором курсе направления «Реклама и связи с общественностью», в четвертом семестре. При изучении дисциплины студенты опираются на знания, полученные в процессе освоения школьных предметов «История», «Обществознание» и «Мировая художественная культура», вузовского курса дисциплины «Культурология». Данная дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин: «Копирайтинг», «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью», «Имиджелогия», «Теория и практика рекламы» и др.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями (ОК)*:

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Введение.
2. Художественная деятельность первобытного человека
3. Художественная культура древних цивилизаций Востока
4. Античность как основа европейской цивилизации
5. Художественная культура средневековья
6. Эпоха Ренессанса: идеи и художественные достижения
7. Стилевое многообразие европейского и российского искусства в XVII-XIX вв.
8. Творческие искания на рубеже XIX-XX вв.

9. Художественная культура Западной Европы и развитие отечественного искусства в XX веке: утраты и достижения.

В результате освоения дисциплины студенты должны:

знать: основные периоды развития мировой художественной культуры, важнейшие исторические события каждой из эпох, их влияние на общественное сознание, на развитие культуры; выдающихся деятелей мировой художественной культуры и созданные ими произведения; основные художественные направления: барокко, классицизм, романтизм, символизм, реализм, модернизм и т.д.; основные виды искусства и их жанровое многообразие;

уметь: определять принадлежность художественного произведения к определенной эпохе, стилю; географически локализовать выдающиеся памятники художественной культуры, наиболее известные музеи и театры; сравнивать произведения с одинаковым сюжетом; давать собственную интерпретацию произведения, аргументировать свою точку зрения; пользоваться справочной и специальной литературой по искусству,

владеть: навыком представлять свои знания и размышления о произведениях искусства в различных формах (доклад, эссе, реферат, участие в дискуссии, проект, презентация и т.д.).

Разработчик

к. филос., н., доцент Денисова Т.Ю.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



“ 18 ” 05 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Основы тележурналистики
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. ф. н., Баранкевич Л.А.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Основы тележурналистики»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы

Цели и задачи дисциплины: сформировать представления об истории ТВ, основных этапах и тенденциях развития отечественного ТВ, специфике и отличительных качествах ТВ как средства массовой информации, жанровых формах и принципах работы современного тележурналиста, особенностях деятельности в условиях мультимедийной среды, конвергентной журналистики, новейших цифровых технологий; научить применять полученные знания в процессе теоретической и практической профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Основы тележурналистики» входит в раздел Б3.В.ДВ.5.1. «Профессиональный цикл. Вариативная часть. Дисциплины профессионализации». Для изучения дисциплины важны знания, сформированные в результате обучения в средней общеобразовательной школе «История Отечества», «Политология», а также в результате освоения дисциплин ООП подготовки бакалавра «Философия», «Культурология», «Основы теории журналистики» и «История и актуальные проблемы отечественной журналистики», «История и актуальные проблемы зарубежной журналистики» и др. Данная учебная дисциплина входит в совокупность дисциплин общепрофессионального цикла, ориентированных на изучение профессиональных особенностей журналистики. Данный курс является базой для освоения знаний курса «Медиапланирование» и необходим подготовки к практической работе PR-специалиста.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими **общекультурными компетенциями** (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

-умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2).

Студент должен обладать следующими **профессиональными компетенциями** (ПК):

-владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Телевидение как новое средство массовой коммуникации XX века
2. Специфика телевидения. Экранные выразительные средства
3. Телевизионный сценарий.
4. Телевизионная программа
5. Телевидение как процесс коммуникации

6. Организация телевидения
7. Телевизионные жанры
8. Информационное выступление в кадре и информационный сюжет
9. Роль местного ТВ в развитии телевидения в стране

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: историю и закономерности развития мирового ТВ, ориентироваться в основных процессах и тенденциях развития отечественного ТВ, понимать специфику тележурналистики (на основании знакомства с профессиональными стандартами и телематериалами в различных жанрах), значение ТВ для развития общества, аудитории, человека в современном мире.

уметь: анализировать теоретическую и критическую литературу о ТВ и материалы тележурналистики с целью применения знаний в процессе практической деятельности.

владеть: основными методами и приёмами исследовательской и практической работы на ТВ в соответствии с технологическими стандартами и на базе современной технологии.

Разработчик

к. ф. н., Баранкевич Л.А.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“  20  г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Организация и проведение дебатов
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина
Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«**Организация и проведение дебатов**»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«**Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: сформировать знания, умения и навыки для проведения структурированного спора по правилам, то есть дебатов, целью которых является доказательство своей точки зрения.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Организация и проведение дебатов» относится Профессиональному циклу (БЗ.В.ДВ.5.2), изучается в 3-м семестре на 2-м курсе. Преподавание дисциплины «Организация и проведение дебатов» будущим специалистам по рекламе и связям с общественностью призвано сформировать у студентов представление о структуре проведения дебатов; дать представления о правилах и регламенте проведения структурированного спора по правилам и научить аргументированно доказывать свою точку зрения.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

Студент должен приобрести следующие *профессиональными компетенциями* (ПК):

- владение основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Дебаты как одна из диалогических форм совместной работы субъектов. История дебатов
2. Основные позиции в дебатах. Правила проведения дебатов.
3. Подготовка к дебатам: тема, типы аргументов
4. Форматы дебатов
5. Построение эффективной стратегии: отрицание, опровержение, рассуждение
6. Работа с вопросами.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные правила дебатов; разные форматы дебатов; основные принципы убеждения в своей точке зрения.

уметь: пользоваться терминологическим аппаратом дисциплины; применять методы проведения дебатов; на основе анализа контекста выстраивать выигрышную аргументацию своей точки зрения.

владеть: методами оценки ситуации, в которой будут происходить дебаты; техниками убеждения.

Разработчик

к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“18” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Выпуск учебной радиопрограммы
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: кандидат псих. наук, доцент Иванчихина Е.В.,
Ф.И.О. (подпись) преподаватель Ганеева Л.Д.

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Выпуск учебной радиопрограммы»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: обеспечить освоение и развитие практических навыков выпуска тематической радиопрограммы; научить студентов работать в творческом коллективе, дать представление об основных этапах создания радиопередач; научить студентов работать со звукозаписывающей аппаратурой, выполнять монтаж, используя разные компьютерные программы, оформлять авторские материалы для передачи их в эфир, создать учебную радиопрограмму; сформировать необходимые теоретические представления о роли журналиста в жизни общества и основах работы в творческом коллективе под общим проектом; сформировать осознанный выбор профессиональной поведенческой позиции в журналистике, ориентированной на общечеловеческие ценности.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Выпуск учебной радиопрограммы» относится к профессиональному циклу дисциплин, вариативной части (БЗ.В.ДВ.6.1.). Основание курса базируется на дисциплинах гуманитарного и социального профиля, изученных студентами в среднем учебном заведении. Теоретическую базу курса представляют дисциплины базовой части профессионального цикла «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации». Полученные знания в процессе курса являются базовыми для освоения содержания курсов «Информационные и аналитические жанры», «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями* (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

-умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2).

Студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями* (ПК):

- способностью реализовать проекты и владеть методами их реализации (ПК-25).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Формирование творческого коллектива для создания учебной радиопередачи.
2. Тема и форма учебной радиопередачи.
3. Сбор информации.
4. Создание литературного сценария учебной радиопередачи.
5. Звукозапись.
6. Монтаж учебной программы.
7. Эфир учебной радиопередачи.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: особенности коллективного характера творчества радиожурналиста; жанры радиосюжетов; виды источников информации; современные компьютерные программы для записи звука; основные возможности программы компьютерного монтажа; возможности музыкального оформления передачи; особенности работы у микрофона;

уметь: организовывать процесс разработки концепции радиопрограммы, подбора материалов; сформировать творческий коллектив для создания учебной радиопередачи; определить форму радиопередачи; определить все возможные источники информации для подготовки передачи; наладить контакт с необходимыми источниками; оформлять авторские материалы для передачи их в эфир; написать сценарный план учебной радиопередачи; работать с микрофоном в различных условиях (в звукозаписывающей студии, в помещении, на улице); компоновать авторские материалы в единую программу; выполнить монтаж учебной передачи, подготовить записанный материал к эфиру.

владеть: основными жанрами радиожурналистики; навыками организации работы в малом коллективе (микрогруппе) по выпуску радиопрограммы – освоить основы редакторской, корреспондентской работы; этикетом и правилами культурного взаимодействия в профессиональном кругу и за его рамками.

Разработчик: кандидат психологических наук, доцент Иванчихина Е.В.,
преподаватель Ганеева Л.Д.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“18” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Корпоративная культура
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: кандидат псих. наук, доцент Иванчихина Е.В.,
преподаватель Н.П. Бомба.

Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Корпоративная культура»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часа, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: сформировать у будущих специалистов представление о современной корпоративной культуре, о принципах, идеалах и ценностях, на которые она должна опираться, а также показать растущую роль корпоративной культуры в современной экономике.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Корпоративная культура» относится к Профессиональному циклу (БЗ.В.ДВ.6.2), изучается студентами на 2-м курсе в 4 семестре по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Изучение студентами данного курса предполагает опору на такие изученные в университете дисциплины, как «Менеджмент», «Политология», «Репутация организации», «Имиджелогия». По окончании курса «Корпоративной культуры» студенты должны обладать необходимыми навыками для формирования и совершенствования корпоративной культуры компаний, как в коммерческой, так и в некоммерческой среде.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями* (ОК):

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

- готовность к кооперации с коллегами, в работе в коллективе (ОК-3).

Студент должен приобрести следующие *профессиональные компетенции* (ПК):

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Деловая этика и корпоративные отношения: сущность, функции.
2. Концепция культуры организации. Структура корпоративной культуры.
3. Технологии диагностики и управления корпоративной культурой.
4. Влияние корпоративной культуры на формирование имиджа организации.
5. Параметры корпоративной репутации. Социальная ответственность в контексте нравственной саморегуляции современного предпринимательства.
6. Этические стандарты корпоративного поведения. Влияние межкультурных факторов на развитие корпоративных отношений.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные методы и способы формирования, поддержания и изменения корпоративной культуры, роль руководства в становлении и развитии культуры организации; этические принципы служебных взаимоотношений "по вертикали" и "по горизонтали", концеп-

цию "корпоративной социальной ответственности", этические основы коммуникации с официальными лицами и деловыми партнерами в рамках делового протокола, пути формирования и методы оптимизации персонального и корпоративного имиджа, требования и принципы делового этикета, особенности межкультурной коммуникации и бизнес-этикета зарубежных стран.

уметь: анализировать воздействие элементов корпоративной культуры на формирование имиджа организации, разрабатывать корпоративный этический кодекс, проводить аналитическую работу по оценке состояния деловой этики и корпоративной культуры, диагностировать и выявлять типы проблемных ситуаций в бизнес-среде, создавать условия эффективной деловой коммуникации с учетом национальной специфики различных корпоративных культур.

владеть: современными методами диагностики культуры организации, технологиями решений социальных проблем на корпоративном уровне, методами формирования корпоративного и персонального имиджа, навыками ориентации в вопросах управленческой этики.

Разработчики

к. психол. н., доцент Иванчихина Е.В.

преподаватель Н.П. Бомба.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 05 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Конфликтология
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. п. н., доцент Мамкина Т.М.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Конфликтология»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **72** часов, **2** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: сформировать у студентов представление об основных закономерностях конфликтного взаимодействия, механизмах возникновения и способах управления конфликтами и их разрешения.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Конфликтология» относится к вариативной части профессионального цикла ООП (БЗ.В.ДВ.7.1) и как курс по выбору входит в программу обучения бакалавров. Конфликтология является неотъемлемой и важной частью науки. Наряду с большим практическим применением результатов прикладных исследований все более расширяется и спектр теоретических оснований конфликтологических исследований. Программа дисциплины «Конфликтология» рассчитана на один (весенний) семестр обучения студентов – бакалавров на втором курсе. В процессе усвоения содержания курса предполагается опора студентов на базовые знания, полученные в процессе освоения дисциплин: «Отечественная история», «Психология», «Социология», «Межкультурные коммуникации», «Психология труда», «Культурология», «Логика и теория аргументации». Знания, приобретенные студентами в процессе освоения дисциплины, лягут в основу освоения ими курсов: «Философия», «Принципы ведения переговоров», «Психология массовых коммуникаций», «Психология управления», «Психология и этика деловых отношений», «Психология общения».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1),

- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОК-4);

общепрофессиональные компетенции (ОП):

- способность оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способность к выработке нестандартных решений (ПК-18).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Конфликтология как наука.
2. Философско-социологическая традиция изучения конфликтов.
3. Психологические традиции изучения конфликтов
4. Общая характеристика конфликтного взаимодействия.
5. Динамика конфликтного взаимодействия
6. Управление конфликтами.

7. Классификация конфликтов.
8. Личность в конфликтном взаимодействии.
9. Внутрличностный конфликт как особое психологическое состояние.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные философские, социологические и психологические подходы к пониманию конфликта, методы и методики прогнозирования, предотвращения и управления конфликтами, диагностики, анализа и управления конфликтами; факторы, определяющие остроту и длительность конфликта и препятствующие его разрешению; модель конфликта как процесса; классификацию конфликтов по различным основаниям; особенности поведения личности в конфликте; принципы и алгоритм управления конфликтом; стратегии разрешения конфликтов;

уметь: критически (профессионально) оценивать представленные в литературе исследования, касающиеся конфликтологической проблематики; выявлять конфликт, определять его основные признаки, анализировать его по структуре, генезису и выполняемой функции; определять механизм возникновения и развития конфликта в конкретной ситуации социальной коммуникации, выявлять причины возникновения конфликта; вести работу по урегулированию конфликтов в разных сферах жизнедеятельности человека; определять типы конфликтных личностей;

владеть: системой конфликтологических понятий, психологическим инструментарием для предупреждения, профилактики и разрешения конфликтов, коммуникативной компетентностью для установления необходимых доверительных отношений с участниками конфликтного социального взаимодействия.

Разработчик

к. психол. н., доцент Мамкина Т.М.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 19 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. ф. н., доцент А.А. Хадынская
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **144** часов, **4** зачетные единицы.

Цели и задачи дисциплины: ознакомить со спецификой рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью и условия их эффективного осуществления; обучить обработке, систематизации речевых практик в рекламной и PR-коммуникации; выбору методов и инструментов организации эффективной рекламной деятельности по связям общественностью на предприятиях и в организациях, включая выбор и обоснование средств и времени рекламы, направлений и методов работы с общественностью, планирование рекламного процесса, разработку рекламных посланий, организацию мероприятий по связям с общественностью; составлению рекламных текстов разных жанров в различных видах массовой информации; сформировать у студентов навыки организаторов и аналитиков рекламного и PR-процесса.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью» относится к Профессиональному циклу (БЗ.ДВ.8.1). Освоение курса базируется на дисциплинах гуманитарного и социального профиля, изученных студентами в среднем учебном заведении. Кроме того, дисциплина опирается и на курсы, изученные студентом в предыдущих семестрах: «Русский язык и культура речи», «Психология», и на дисциплины, изучаемые студентом параллельно, такие как «Психология массовых коммуникаций», «Основы связей с общественностью». Теоретическую базу курса представляют дисциплины базовой части профессионального цикла: «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Маркетингом», «Теория и практика связей с общественностью».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

Студент должен приобрести следующие *профессиональными компетенциями* (ПК):

- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5);
- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оператив-

ное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);

- владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.) (ПК-24)

- рекламно-информационная деятельность: способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Реклама как инструмент маркетинговой политики. Рекламный текст.
2. Лингвистические особенности рекламных текстов
3. Основные рекламные жанры
4. Основы нейминга
5. PR-текст в системе публичных коммуникаций
6. Жанровая типология PR-текстов
7. Особенности стиля PR-текстов
8. Письменные коммуникации в PR.
9. Устные коммуникации в PR

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные виды рекламных и PR-текстов и правила их создания; правовые основы российской рекламы.

уметь: готовить копирайтинговые и спичрайтинговые тексты; давать оценку рекламного текста с точки зрения его соответствия языковой норме.

владеть: нормами устной и письменной литературной речи, навыками составления различных рекламных и PR-текстов в соответствии с жанровыми требованиями, законами композиции, правилами русского языка; навыками отбора стилистически адекватных языковых средств в зависимости от задачи составляемого текста; принципами редактирования рекламных и PR-текстов разных жанров; навыками самостоятельной аналитической деятельности: теоретического осмысления актуальных социальных проблем и их эмпирического исследования на базе анализа текстовых источников.

Разработчик

к. ф. н., доцент А.А. Хадынская

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 05 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Копирайтинг
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филол. наук, доцент Нененко А.А.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Копирайтинг»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы **144** часа

Цели и задачи дисциплины: подготовить специалиста знающего теорию копирайтинга и владеющего технологией создания соответствующих текстов в рекламной отрасли.

Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Копирайтинг» относится к Профессиональному циклу вариативной части (Б3.В.ДВ.8.2), изучается на 2 курсе 3 семестре. Курс позволяет изучить различные технологии работы с рекламными текстами, формирует представление о работе копирайтера в рекламных агентствах, знакомит с процессом копирайтинга в коммерческой индустрии. Дисциплина опирается на знания и умения приобретенные в процессе изучения следующих дисциплин «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью», «Русский язык и культура речи», «Словесное творчество». Полученные знания в процессе курса являются базовыми для освоения содержания курсов «Имиджелогия», «Теория и практика рекламы», «Брендинг» и др.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *профессиональными компетенциями* (ПК):

- владеть основами речи, знать ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);
- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);
- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Креатив и стратегии рекламного творчества
2. Копирайтер, специфика творчества
3. Методы создания рекламы в печати
4. Креативные платформы в создании рекламы
5. Заголовок – ядро рекламного текста. Типология заголовков
6. Слоган и логотип
7. Основной текст рекламного объявления
- 8.Классификация стилей рекламных текстов

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры; основные категории рекламных текстов и законы их составления;

уметь: анализировать рекламные тексты в различных сегментах СМИ.

владеть: базовыми практическими навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций.

Разработчик:

к. филол. наук, доцент Нененко А.А.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 13 ” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Философия

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью

Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филос.н., доцент Денисова Т.Ю.

Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)

3 курс
АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Философия»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет **144** часа, **4** зачетные единицы.

Цель и задачи дисциплины: сформировать целостное представление о структуре и специфике философского знания, его генезисе и функциях; активно влиять на формирование мировоззрения будущих специалистов путем актуализации их гностических, этических и эстетических способностей. В процессе изучения философии студенты должны усвоить основные этапы эволюции философских представлений о человеке, его природе и сущности, научиться использовать методы философского анализа, в том числе и в своей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Философия» относится к циклу гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, базовой части (Б1.Б.2), изучается в 5-м семестре на 3 курсе. Как наиболее универсальная форма человеческого знания философия тесно взаимодействует с такими дисциплинами, как история, культурология, политология, социология, психология, экономика. Изучение философии в ВУЗе опирается на знание студентами основных положений истории, психологии и обществознания, полученных во время учебы в школе. По окончании курса философии студенты должны уметь использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, обладать способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК):**

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

- использовать основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Студент должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК):**

- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10)

Основные дидактические единицы (разделы):

1. _____ П
предмет философии. Специфика философского знания

2.	_____	А
	нтичная философия	
3.	_____	Ф
	илософия Средних веков	
4.	_____	Ф
	илософия Нового времени	
5.	_____	З
	ападноевропейская философия конца XIX XX века.	
6.	Русская философия.	
7.	_____	Ф
	илософская антропология	
8.	_____	О
	нтология: атрибутивная модель материального объекта	
9.	_____	Г
	носеология: проблемы познания	

В результате изучения дисциплины студент должен

знать: закономерности развития философского знания, его основные этапы; специфику и структуру философского знания;

уметь: анализировать и оценивать социальную информацию, планировать и осуществлять свою деятельность с учетом результатов этого анализа, излагать материал в соответствии с требованиями к стилю научной работы;

владеть: навыками работы с информацией из разных источников, навыками анализа и сопоставления текстов, способностью к деловым коммуникациям в профессиональной сфере, культурой ведения дискуссии.

Разработчик:

к. филос.н., доцент Денисова Т.Ю.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



“ 18 ” 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Иностранный язык в профессиональной среде
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филол. н., доцент Сергиенко Н.А.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Иностранный язык в профессиональной среде»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

Цель и задачи дисциплины: формирование у студента профессионально-ориентированной иноязычной компетенции - системы знаний, умений и навыков эффективной коммуникации в иноязычной среде на уровне, необходимом и достаточном для успешного межличностного и профессионального общения, а также интеграции в мультиязыковую и мультикультурную профессиональную среду (реклама и связи с общественностью).

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» является одним из курсов, входящих в вариативную часть гуманитарного, социального и экономических цикла (Б1.В.ОД.1). Темы, изучаемые в рамках данной дисциплины, позволяют познакомиться с современными тенденциями развития рекламы и PR-индустрии, что позволит свободно ориентироваться в профессиональной сфере применения языка. Студент должен обладать базовыми знаниями, умениями и компетенциями по английскому языку, полученными на этапе профессионального образования, на уровне среднего, что соответствует уровню «intermediate level» в международной системе оценивания уровней владения английским языком. Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» продолжает курс языковой подготовки студента в ВУЗе и имеет профессионально-ориентированную направленность.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

По завершении курса студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями (ОК)*:

- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14).

Основные дидактические единицы (разделы):

- | | |
|--|---|
| 1. _____ | W |
| elcome to the Profession | |
| 2. _____ | T |
| he Modern World: Diversity, Problems, Traditions | |
| 3. _____ | M |
| odern Journalism and PR: History and Problems | |
| 4. _____ | S |
| ome Controversial Issues Discussed in the Media | |
| 5. _____ | S |
| ome Typical News Events | |

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: основные способы работы над языковым и речевым материалом; основные ресурсы, с помощью которых можно эффективно восполнить имеющиеся пробелы в языковом

образовании (типы словарей, справочников, компьютерных программ, информационных сайтов сети Интернет, текстовых редакторов и т.д.);

уметь: в области аудирования: воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстов, относящихся к различным типам речи (сообщение, рассказ), а также выделять в них значимую /запрашиваемую информацию; в области чтения: понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических и прагматических текстов (информационных буклетов, брошюр/проспектов), научно-популярных и научных текстов, блогов/веб-сайтов; детально понимать общественно-политические, публицистические (медийные) тексты, а также письма личного характера; выделять значимую/запрашиваемую информацию из прагматических текстов справочно-информационного и рекламного характера; в области говорения: начинать, вести/поддерживать и заканчивать диалог-расспрос об увиденном, прочитанном, диалог-обмен мнениями и диалог-интервью/собеседование при приеме на работу, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости используя стратегии восстановления сбоя в процессе коммуникации (переспрос, перефразирование и др.); расспрашивать собеседника, задавать вопросы и отвечать на них, высказывать свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника (принятие предложения или отказ); делать сообщения и выстраивать монолог-описание, монолог-повествование и монолог-рассуждение; в области письма: заполнять формуляры и бланки прагматического характера; вести запись основных мыслей и фактов (из аудио-текстов и текстов для чтения), а также запись тезисов устного выступления/письменного доклада по изучаемой проблематике; поддерживать контакты при помощи электронной почты (писать электронные письма личного характера); оформлять Curriculum Vitae/Resume и сопроводительное письмо, необходимые при приеме на работу, выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций, информационных буклетов, рекламных листовок, коллажей, постеров, стенных газет и т.д.);

владеть: стратегиями восприятия, анализа, создания устных и письменных текстов разных типов и жанров; компенсаторными умениями, помогающими преодолеть «сбои» в коммуникации, вызванные объективными и субъективными, социокультурными причинами; стратегиями проведения сопоставительного анализа факторов культуры различных стран; приемами самостоятельной работы с языковым материалом (лексикой, грамматикой, фонетикой) с использованием справочной и учебной литературы.

Разработчик:

к. филол. н., доцент Сергиенко Н.А.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Семиотика

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. филос. н., доцент Денисова Т.Ю.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Семиотика»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет **72 часа, 2 зачетные единицы**

Цель и задачи дисциплины: формирование знаний о знаковых системах, механизме и способах их формирования, генезиса и воздействия на массовое сознание, выработка и развитие у студентов навыков и умений практического использования разработанных в семиотике исследовательских методов и приемов в процессе построения различного рода коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Семиотика» относится к циклу гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, вариативной части (Б1.В.ОД.7), изучается в 5-м семестре на 3 курсе. Преподавание дисциплины «Семиотика» призвано не только пополнить спектр гуманитарных дисциплин, способствующих формированию общекультурного багажа, но и дать необходимые теоретические представления о роли знаков и способах их интерпретации символического аппарата человеческой деятельности, а также сформировать практические навыки их использования для анализа существующих текстов в сфере связей с общественностью и создания собственных, с возможностью прогнозирования их эффективности.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями (ОК)*:

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Сущность и основные понятия семиотики. Виды знаков и знаковых систем.
2. Семиосфера и семиозис. Механизм кодировки и декодировки символов.
3. Языковая картина мира. Проблема понимания и интерпретации. Диалог культур.
4. Семиотика повседневности. Вербальная и невербальная семиотика.
5. Искусство как знаковая система. Мифологемы в художественных текстах и их интерпретация.

6. Семиотика в сфере рекламы и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины студент должен

знать: основные понятия семиотики; этапы развития семиотики как науки, основные теории семиотики; сущность процесса семиозиса, механизм возникновения, развития и взаимодействия знаковых систем;

уметь: владеть терминологическим аппаратом дисциплины; выявлять архетипы и символы в семиотических текстах, обосновывать их релевантность задаче, анализировать и интерпретировать в соответствии с алгоритмом; пользоваться необходимой научной и справочной литературой по дисциплине.

владеть: методиками семиотического анализа текста, в том числе – в сфере профессиональной деятельности, т.е. сфере рекламы и связей с общественностью; способностью к деловым коммуникациям в профессиональной сфере, культурой ведения дискуссии.

Разработчик:

к. филос. н., доцент Денисова Т.Ю.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

“ 18 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Принципы ведения переговоров
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. ф. н., доцент А.А. Нененко
Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Принципы ведения переговоров»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетные единицы

Цель и задачи дисциплины: подготовку студентов к решению таких задач, как успешное планирование и проведение деловых переговоров.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Принципы ведения переговоров» относится к гуманитарному социальному и экономическому циклу дисциплин вариативной части (Б1.В.ОД.9), изучается на 3 курсе, 5 семестре. Полученные знания в процессе освоения курса являются базовыми для освоения содержания курсов: «Пресс-служба», «Консалтинг в связях с общественностью», «Корпоративная культура» и др.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Искусство ведения переговоров.
2. Поведение на различных стадиях переговоров
3. Анализ переговорного процесса
4. Уловки в переговорах
5. Гарвардский проект переговоров
6. Переговоры с клиентами
7. Профилактика и разрешение конфликтов с клиентами путем переговоров
8. Переговоры с клиентами в деловой переписке
9. Телефонные переговоры

В результате изучения дисциплины студент должен

знать: определения переговоров; альтернативы ведению переговоров; когда имеет смысл вести переговоры; стадии проведения переговоров; ключевые слова и реплики клиента; типы вопросов; правила поведения слабой и сильной сторон; работа с установками; самые известные уловки влияния в переговорах; принципы проведения переговоров; что по-

вышает и снижает уровень конфликтности; типичные ошибки в работе с клиентами; особенности переговоров с клиентами в деловой переписке; особенности телефонных переговоров;

уметь: определять силу в переговорном процессе; проводить быструю подготовку к переговорам; проводить персональный SWOT-анализ; использовать метод интуитивного анализа партнера по переговорам; применять приемы преодоления уловок в переговорах; применять основные приемы активного слушания; точно определять потребности клиента; использовать техники аргументации; эффективно работать с возражениями; конструктивно работать с жалобами, претензиями, рекламациями (понимать реальные проблемы клиента); применять способы установления взаимопонимания и доверия с разными психологическими типами «трудных» клиентов; использовать приемы регуляции эмоционального напряжения; использовать методы защиты от агрессии; предотвращать конфликтные ситуации по изменению сроков заказа; эффективно общаться с разговорчивыми клиентами.

владеть: методическим аппаратом, позволяющим успешно планировать и проводить деловые переговоры; навыками личной эффективности для достижения социального успеха.

Разработчик:

к. ф. н., доцент А.А. Нененко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



“ 13 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Имиджелогия
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доц. Плеханова Н.П.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Имиджелогия

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа.

Цель и задачи дисциплины: сформировать у студентов представления об основных подходах в трактовке имиджа, генезисе, структуре и функциях имиджа, понятиях, стратегиях и технологиях целенаправленного формирования имиджа в сознании людей. Для реализации этой цели в процессе курса решаются следующие задачи: сформировать понимание основных понятий, принципов формирования индивидуального, профессионального, группового, корпоративного и территориального имиджа в психологической практике; научить средствам анализа проблем в личной и профессиональной самопрезентации, наметить пути их преодоления; освоить технологии и техники профессиональной и индивидуальной самопрезентации; апробировать в практической работе различные PR-средства формирования индивидуального и профессионального имиджа.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Имиджелогия» относится к циклу гуманитарных, социальных и экономических дисциплин (Б1.В.ДВ.4.1) и читается на 3 курсе в 5 семестре. Дисциплина «Имиджелогия» знакомит студентов с историей появления, развития понятия «имидж», его современным трактовкой, видами, структурой и функциями имиджа, основными стратегиями и технологиями формирования имиджа. Курс предполагает практическое построение индивидуального и профессионального имиджа, практическую работу над стилем поведения, речи и самопрезентации. Прослушанные курсы «История мировой литературы и искусства» и «Культурология» являются необходимым фундаментом для формирования профессионального и индивидуального имиджа специалиста психолога. Учебные задачи построены таким образом, чтобы студенты могли полноценно раскрыть различные стороны формирования имиджа и включить их в свой арсенал средств профессиональной деятельности.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2).

Студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями* (ПК):

- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Имиджелогия как комплексная практическая дисциплина
2. Персональный имидж
3. Профессиональный имидж
4. Имидж группы, компании, товара и территории

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные понятия имиджелогии; этапы становления имиджелогии как прикладной дисциплины; структуру, генезис, стратегии и технологии формирования имиджа человека, компании, товара и территории

уметь: оперировать различными видами групповой психологической работы и различными формами взаимодействия в повседневном и профессиональном общении; разрабатывать конкретные модели индивидуального и профессионального имиджа и использовать их в профессиональной практике; модели профессионального имиджа PR-специалиста и корректировать индивидуальный имидж;

владеть: основными понятиями процедуры формирования индивидуального, профессионального, группового, корпоративного и территориального имиджа; анализировать актуальный персональный, профессиональный, корпоративный имидж и имидж территории; стратегиями и технологиями формирования имиджа человека, компании, товара и региона.

Разработчик

к. психол. н., доц. Плеханова Н.П.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“15” 05 2018 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Акмеология

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью

Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доц. Грехова И.П.
Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Акмеология»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа.

Цель и задачи дисциплины: формирование системы представлений об общих закономерностях психического развития человека на протяжении взрослого онтогенеза.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Акмеология» включена в гуманитарный, социальный и экономический цикл (Б1.В.ДВ.4.2). Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины, формируются в процессе изучения дисциплины «Психология». Освоение данной дисциплины является условием для овладения знаниями по образовательным программам следующих дисциплин: «Психология массовых коммуникаций», «Социология массовых коммуникаций», «Коммуникации в постиндустриальном обществе» и др. Данный курс является обязательным и необходимым для подготовки к практической работе специалиста по рекламе и связям с общественностью любого профиля.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умением критически оценивать свои умения и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Акмеология как раздел возрастной психологии
2. Студенчество как особая возрастно-социальная группа
3. Психология ранней взрослости
4. Психология зрелости и старения

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: особенности проявления психических процессов, состояний, свойств, базовые законы психического развития взрослого человека; факторы риска и жизнестойкости развития на различных этапах взрослого онтогенеза; возрастно-психологические особенности человека на различных стадиях взрослого онтогенеза.

уметь: учитывать специфику психического функционирования человека с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, выстраивать собственную жизненную стратегию с учетом особенностей каждой стадии взрослого онтогенеза и возрастной специфики функционирования высших психических функций

владеть: знаниями базовых законов психического развития взрослого онтогенеза, сведениями о специфике психического функционирования человека на каждом этапе взрослого онтогенеза, приемами самоорганизации и саморегуляции с учетом особенности каждой стадии, кризисов развития и факторов риска.

Разработчик

к. психол. н., доц. Грехова И.П.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Социология массовых коммуникаций
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: д. полит. н., проф. М.Ю. Мартынов.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Социология массовых коммуникаций»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **8** зачетных единиц, **288** часов.

Цель и задачи дисциплины: обеспечить изучение коммуникативных процессов, связанных с производством, распространением, приемом, использованием информации; освоение творческих основ функционирования коммуникаций в социуме и научные представления о закономерностях развития коммуникаций в условиях глобализации общества; сформировать представления о коммуникации как о процессе и структуре; сформировать практические навыки исследования массовой коммуникации социологическими средствами; привить студентам понимание места массовой коммуникации в обществе, её социальной организации и структуре, эффекте и механизмах воздействия, современных технологиях её социального регулирования, творческой свободе и социальной ответственности журналиста.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к Профессиональному циклу базовой части (Б.З.Б.1). Основание курса базируется на дисциплинах гуманитарного и социального профиля, изученных студентами в среднем учебном заведении. Теоретическую базу курса представляют дисциплины базовой части профессионального цикла «Социология», «Основы теории массовой коммуникации», «Методы научных исследований», «Теория и практика связей с общественностью». Полученные знания в процессе курса являются базовыми для освоения содержания курсов «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Коммуникация в постиндустриальном обществе».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции (ОК)*:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9).

Студент должен приобрести следующие *профессиональные компетенции (ПК)*:

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

способность

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

- организовывать и проводить социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);

- организовывать и проводить рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);
- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход; роль коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума
2. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема
3. Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных социальных субъектов
4. Эффекты массовой коммуникации
5. Прикладные исследования массовых коммуникаций. Количественные исследования
6. Прикладные исследования массовых коммуникаций. Качественные исследования

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные теории и концепции, относящиеся к сфере массовой коммуникации; механизмы и закономерности формирования и развития коммуникативного процесса;

уметь: применять выводы, методы и приемы исследования коммуникации и ее аудитории; подготавливать программы и методический инструментарий исследования средств массовой коммуникации.

владеть: навыками формирования коммуникативной цепи и преодоления коммуникативных барьеров, навыками самообучения, расширения своих знаний на основе информационных и образовательных технологий по завершении учебной программы.

Разработчик

д. полит. н., проф. М.Ю. Мартынов

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 15 ” 05 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Психология массовых коммуникаций
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н, доцент Иванчихина Е.В. 
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М. 
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Психология массовых коммуникаций»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Цель и задачи дисциплины: сформировать общее представление о психологических особенностях протекания процессов массовой коммуникации; познакомить с профессиональной терминологией; привить способность анализировать социально значимые проблемы и процессы; рассмотреть современные теоретические подходы к психологическому анализу массовой коммуникации, структуру и основные институты массовой коммуникации; рассмотреть психологические эффекты, которые вызывает массовая коммуникация; освоить методический инструментарий исследования психологической составляющей массовых коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к профессиональному циклу дисциплин, базовой части (Б.3.Б.2). Изучение психологии массовых коммуникаций в ВУЗе опирается на знание студентами основных положений психологии и обществознания, полученных студентами в среднем учебном заведении. Теоретическое основание курса базируется на дисциплинах базовой части профессионального цикла «Психология», «Социология», «Философия». «Психология массовых коммуникаций» тесно взаимодействует с такими дисциплинами, как «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации». Полученные знания в процессе курса являются базовыми для освоения содержания курсов «Реклама и связи с общественностью в политике, бизнесе», «Коммуникация в постиндустриальном обществе».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции (ОК)*:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2).

Студент должен приобрести следующие *профессиональные компетенции (ПК)*:

- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);

- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. «Общие понятия в психологии массовой коммуникации». Предмет психологии массовой коммуникации: подходы, концепции, проблемы.
2. Цепь массовой коммуникации (источник, сообщение, средства массовой коммуникации, аудитория, эффект, ситуативные составляющие).
3. Массовая коммуникация как сфера информационной деятельности. Основные виды и цели массовой коммуникации.
4. Средства и каналы массовой коммуникации: печать, радио, телевидение, кино, видеотехника, графические средства, компьютерные системы.
5. «Коммуникация: личность и творчество». Личность журналиста-международника.
6. Основы имиджологии, психология творчества в массовой коммуникации.
7. «Инструменты и процесс коммуникации». Установка, стереотипизация массового сознания, имиджи в коммуникации и имидж России.
8. Психология процесса коммуникации (внимание, восприятие, понимание, память).
9. Проблема эффективности массовой коммуникации, общественное мнение и массовое поведение, процесс глобализации массовой коммуникации

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные направления, понятия, теоретические концепции в области психологии массовой коммуникации;

уметь: анализировать и оценивать социальную информацию; планировать и осуществлять свою деятельность с учетом результатов этого анализа; выявлять, описывать и объяснять особенности восприятия и поведения потребителей СМИ; понимать процесс конструирования социальной реальности средствами СМИ.

владеть: методологическим базисом изучаемой дисциплины, определять соотношение психологии массовой коммуникации со смежными науками, иметь представление о специфике коммуникационных процессов в современном обществе; навыками планирования, разработки, проведения исследования и анализа его результатов; способностью к деловым коммуникациям в профессиональной сфере, культурой ведения дискуссии.

Разработчик

к. психол. н, доцент Иванчихина Е.В.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



«15» Июня 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. п. н., доцент А.Н. Шевкунов.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **6** зачетных единицы, **216** часов

Цель и задачи дисциплины: обеспечить освоение студентами основных теоретических положений и приобретение практических навыков в области рекламы и связей с общественностью как составных частей интегрированных коммуникаций. Поставленная цель конкретизируется посредством: изучения системы интегрированных коммуникативных технологий и взаимосвязи рекламы, связей с общественностью и маркетинга; формирования целостного представления о коммуникативных технологиях, используемых в рекламе, связях с общественностью и маркетинге; освоения знаний для формирования и планирования оптимального набора коммуникативных технологий, с целью достижения позитивного отношения к организации и продукту (услуге) и повышению спроса; создание условий для освоения основных принципов комплекса коммуникативных технологий, направленных на управления имиджем и репутацией через различные каналы коммуникации, включая Интернет-коммуникации.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (реклама и связи с общественностью)» входит в профессиональный цикл (БЗ.Б.6) направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина является одним из базовых профессиональных курсов и совместно с другими учебными дисциплинами коммуникационного цикла служит формированию современных знаний, профессиональных навыков и деловой культуры специалиста по рекламе и связям с общественностью. Изучение дисциплины опирается на знания в области рекламы и связей с общественностью. Она является логическим дополнением ранее изучаемых дисциплин: «Основы теории коммуникации», «История», «Экономика», «Психология», «Социология» и др. Знания, полученные при изучении курса, могут быть востребованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Социология массовых коммуникаций», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях», «Брендинг» и др. Требования к входным знаниям, умениям и готовности студентов: курс содержит теоретическую и практическую части. Для его освоения необходимы знания по истории, литературе, общественному информационным технологиям в объеме курса общеобразовательной школы и элементарные знания в области коммуникационных технологий.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

В результате освоения данной дисциплины студент должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК):**

компетенциями:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1).

Профессиональные компетенции:

- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

- способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций.
2. Реклама в системе интегрированных коммуникаций.
3. Интегрированные маркетинговые коммуникации

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; роль, принципы и функции маркетинга, технологию проведения социологических и маркетинговых исследований; основы социологических исследований; правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес-этикет, принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций; основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности;

уметь: применять инструменты СО и рекламы в различных СО и рекламных технологиях, основные выводы и следствия наук, значимых для связей с общественностью; создавать рекламный и СО-контент на различных носителях.

владеть: культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией; навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); навыками создания и размещения рекламных и PR-текстов, организации рекламных и PR-кампаний и мероприятий.

Разработчик

к. п. н., доцент А.Н. Шевкунов

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Теория и практика массовой коммуникации

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н, доцент Иванчихина Е.В.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Теория и практика массовой коммуникации»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **9** зачетных единиц, **324** часа.

Цель и задачи дисциплины: подготовить студентов к пониманию места и роли средств массовой информации в системе связей с общественностью; сформировать знание теорий массовой информации; привить практические навыки в сфере журналистского творчества; познакомить на практике с системой средств массовой информации и особенностями ее функционирования применительно к получаемой специальности «Связи с общественностью».

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к профессиональному циклу дисциплин базовой части (Б.3. Б.7). Теоретическая основа курса базируется на теоретических знаниях информационных процессов, законов функционирования массовой информации и коммуникации, представлениях из области политологии, права, социологии, психологии, имиджелогии, а также навыках русского языка и литературы, основах журналистского творчества. Представление о формировании и функционировании теорий массовой информации тесно связано со знаниями, в последующем приобретаемыми студентами в рамках курсов «Социология массовой коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции (ОК)*:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

Студент должен приобрести следующие компетенции *профессиональные компетенции (ПК)*:

общепрофессиональные:

- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Журналистика в системе жизни общества
2. Жанровая система журналистики
3. Экономика средств массовой информации
4. Профессиональное мастерство журналиста

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: систему средств массовой информации и коммуникации; систему журналистских жанров, методов и приемов сбора и обработки информации для различных видов СМИ;

основные понятия и концепции современных теорий массовой информации; теоретические и практические аспекты функционирования медиасистем России и зарубежных стран; особенности развития СМИ и журналистики различных исторических и национальных типов; ключевые понятия в сфере современных СМИ и журналистики; основы журнализма, журналистского творчества; базовые принципы функционирования различных СМИ: печатных, радио, ТВ, Интернет, мобильных; основные принципы взаимодействия СМИ, связей с общественностью и рекламы.

уметь: отбирать социально значимую информацию; планировать и организовывать взаимодействие служб медиа, связей с общественностью, рекламы; работать как автор с базовыми типами текстов и сообщений средств массовой коммуникации, а также связей с общественностью и рекламы для медиа.

владеть: навыками работы в журналистском коллективе; основами теоретической и практической деятельностью в данной сфере; навыками мониторинга, анализа материалов СМИ для использования в деятельности СО и с рекламы; навыками редактирования журналистских материалов; практическими навыками написания текстов в базовых жанрах СМИ, связей с общественностью, сообщений рекламы.

Разработчик

к. психол. н, доцент Иванчихина Е.В.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 08 08 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Психология управления
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доцент Мамкина Т.М.
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Психология управления»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов

Цель и задачи дисциплины: сформировать у студентов представление об основных теоретических подходах, сложившихся в области психологии управления, о психологических основаниях успешности и неудачности реализации практики управления; создать условия для овладения студентами основными понятиями психологии управления, формирование у них навыков анализа и экспертной оценки психологических аспектов практики управления.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Психология управления» относится к вариативной части профессионального цикла ООП (БЗ.В.ОД.2) и как курс по выбору входит в программу обучения бакалавров. Психология управления является неотъемлемой и важной частью прикладной науки. Наряду с большим практическим применением результатов прикладных исследований все более расширяется и спектр теоретических оснований исследований в данной области. Программа дисциплины «Психология управления» рассчитана на один (осенний) семестр обучения студентов – бакалавров на третьем курсе. В процессе усвоения содержания курса предполагается опора студентов на базовые знания, полученные в процессе освоения «Философии», «Истории», «Социологии», «Культурологии», «Основы государства и права Российской Федерации», «История международных отношений и внешней политики», «Религиоведение», «Психология массовых коммуникаций». Знания, приобретенные студентами в процессе освоения дисциплины, лягут в основу освоения ими «Россия в глобальном информационном пространстве», «Основы менеджмента», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Реклама и связи с общественностью в политике», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

- способность находить организационно – управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОК-4);

общекультурные компетенции (ОП):

- способность участвовать в формировании активных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Предмет психологии управления
2. Современные представления об организации и управлении
3. Руководитель в организации
4. Руководитель как субъект деятельности в формальной подструктуре организации
5. Психологические особенности реализации функции планирования
6. Психологические особенности реализации функции организации
7. Сущность контроля, виды контроля
8. Психологические особенности регулирования
9. Психологические методы управления в структуре методов регулирования
10. Цикл переработки информации в структуре деятельности руководителя
11. Управленческие взаимодействия

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: виды, средства, методы, формы коммуникации в рыночной среде, основные принципы, функции и приемы менеджмента в управлении, принципы распределения функции управления, формы участия персонала в управлении, свободно ориентироваться в истории исследований в области психологии управления и владеть приемами соотнесения теоретических и прикладных знаний;

уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке коммуникационных программ, свободно оперировать системой основных понятий в области психологии управления; выбирать адекватные средства для выявления резервов психологической оптимизации практики управления и осуществлять ее;

владеть: навыками проведения ситуационного анализа, способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя, методами коммуникации в кросс-культурном пространстве; методами исследования особенностей реализации управленческих функций в определенных организациях.

Разработчик

к. психол. н., доцент Мамкина Т.М.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 15 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Теория и практика рекламы
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. п. н., доцент А.Н. Шевкунов
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Теория и практика рекламы»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов

Цель и задачи дисциплины: обеспечить получение базовых знаний в области теоретических основ рекламного дела, его истории и перспектив, технологий, регулирования рекламной деятельности; понимание целей, задач рекламной деятельности; места рекламы в системе комплекса маркетинговых коммуникаций, что предполагает: изучение основных представлений о функционировании современного рынка рекламы; получение системного комплекса знаний о маркетинговых коммуникациях и их роли в достижении бизнес-целей организации; изучение зависимостей между этапами жизненного цикла товара на рынке и характером рекламной деятельности; определение места и роли рекламы в системе продвижения, включая новейшие коммуникационные средства и методы; формирование у студентов способностей реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Теория и практика рекламы» входит в профессиональный цикл (Б3.В.ОД.12). Дисциплина является одним из базовых профессиональных курсов и совместно с другими учебными дисциплинами коммуникационного цикла служит формированию современных знаний, профессиональных навыков и деловой культуры специалиста по рекламе и связям с общественностью. Дисциплина помогает студентам изучить особенности рекламных технологий, применять на практике навыки стратегического и оперативного планирования рекламных мероприятий, использовать современные исследовательские инструменты; ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией рекламных мероприятий; систематизировать рекламные мероприятия по основным критериям, оценивать преимущества и недостатки различных каналов распространения рекламы; выбирать оптимальные средства и методы рекламирования, используя качественные и количественные критерии; планировать рекламные кампании, определять цель и этапы, а также содержание работ на каждом этапе; разрабатывать тактические мероприятия по достижению рекламных целей, оценивать эффективность рекламных мероприятий. Для освоения дисциплины «Теория и практика рекламы» студенты используют знания, полученные в ходе изучения дисциплин «Культурология», «Экономика», «Технологии рекламы и СО в различных сферах», «Планирование и реализация кампании по рекламе и СО» и др. Требования к входным знаниям, умениям и готовности студентов. Курс содержит теоретическую и практическую части. Для его освоения необходимы знания по истории, литературе, обществознанию в объеме курса общеобразовательной школы и элементарные знания в области коммуникационных технологий.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

В результате освоения данной дисциплины студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями (ПК)*:

- способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Определение рекламы и ее роль в экономике. Цели, задачи и основные функции рекламы.
2. История рекламы. Современная и прото- реклама.
3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
4. Терминология рекламного бизнеса. Классификация рекламы.
5. Основы законодательного регулирования рекламной деятельности.
6. Внутренние и внешние факторы влияния на поведение потребителя.
7. Текстовая реклама: основа, терминология и этапы создания
8. Виды исследований в рекламе
9. Основы планирования рекламной деятельности
10. Технологии планирования, проведения и определения эффективности рекламной кампании.
11. Дизайн рекламы. Перспективные направления рекламной деятельности
12. Общественная критика рекламы

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: определение рекламы и ее роль в экономике; историю возникновения современной рекламы и историю проторекламы; роль рекламы в системе маркетинговых коммуникаций; основные цели и функции рекламы; результаты воздействия рекламы; терминологию рекламного бизнеса; классификацию рекламы; основы законодательного регулирования рекламной деятельности; технологии планирования, проведения и определения эффективности рекламной кампании; внутренние и внешние факторы влияния на поведение потребителя; формы и виды незаконной и мошеннической практики в рекламе;

уметь: планировать и реализовывать рекламную кампанию; осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях; реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия;

владеть: способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий в области рекламы, обеспечивать их качество и эффективность; базовыми навыками руководства, проектирования, планирования, подготовки и реализации рекламных кампаний и мероприятий; навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве.

Разработчик

к. п. н., доцент А.Н. Шевкунов

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 15 ” 05 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. п. н., доцент А.Н. Шевкунов
Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа.

Цель и задачи дисциплины: формирование у студентов комплексного представления о рекламе и связях с общественностью в деятельности государственных структур, что предполагает: получение базовых знаний в области теоретических основ рекламного дела, его истории и перспектив в деятельности государственных структур; понимание целей и задач рекламной деятельности в деятельности государственных структур; получение системного комплекса знаний о маркетинговых коммуникациях и их роли в достижении целей в деятельности государственных структур; определение места и роли рекламы и связей с общественностью в системе государственных структур, включая новейшие коммуникационные средства и методы; формирование у студентов способностей реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; усвоение студентами системы знаний в области технологий рекламы и связей с общественностью и их применение в деятельности государственных структур.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур» входит в Профессиональный цикл (БЗ.В.ДВ.3.1) направления подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью» и служит цели формирования у студентов современных знаний, профессиональных навыков и деловой культуры специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Дисциплина помогает студентам изучить особенности рекламных и PR-технологий, применять на практике, навыки стратегического и оперативного планирования рекламных и PR-мероприятий в деятельности государственных структур; выбирать оптимальные средства и методы рекламирования и продвижения в деятельности государственных структур; разрабатывать тактические мероприятия по достижению рекламных и PR-целей, оценивать эффективность рекламных и PR-мероприятий. Для освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур» студенты используют знания, полученные в ходе изучения дисциплин «Культурология», «Философия», «Психология», «Экономика», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» и др. Требования к входным знаниям, умениям и готовности студентов. Курс содержит теоретическую и практическую части. Для его освоения необходимы знания по истории, литературе, обществознанию в объеме курса общеобразовательной школы и элементарные знания в области коммуникационных технологий. Данная дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин: «Консалтинг в сфере связей с общественностью», «Организация и проведение компаний в сфере связей с общественностью».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК)**:

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

Студент должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК)**:

- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

- обладать базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. PR и реклама: понятие, история, возможности в деятельности государственных структур

2. Связи с общественностью как профессиональная деятельность в государственных структурах.

3. Коммуникация и распространение информации в деятельности государственных структур.

4. Элементарные операции PR и рекламы в деятельности государственных структур

5. Социологические исследования аудитории для целей PR и рекламы.

6. Форма подачи новостных материалов и основные каналы PR-коммуникации и распространения рекламы, значимые при работе в государственных структурах.

7. Менеджмент новостей

8. Основы имиджологии и их применение в деятельности государственных структур

9. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью в деятельности государственных структур.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: определение рекламы и связей с общественностью и их роль в экономике и в деятельности государственных структур; историю возникновения современной рекламы и историю связей с общественностью; роль рекламы и связей с общественностью в деятельности государственных структур; основные цели, функции и результаты воздействия рекламы;- основные технологии связей с общественностью; особенности использования рекламы и связей с общественностью в деятельности государственных структур.

уметь: планировать и реализовывать рекламную и PR-кампанию; под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; планировать и осуществлять рекламные и PR-кампании; реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в деятельности государственных структур; осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия в деятельности государственных структур.

владеть: способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в деятельности государственных структур; базовыми навыками руководства, проектирования, планирования, подготовки и реализации рекламных и PR-кампаний и мероприятий в деятельности государственных структур; способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 15 ” 05 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Реклама и связи с общественностью
в сфере культуры
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. п. н., доцент А.Н. Шевкунов
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Реклама и связи с общественностью в сфере культуры»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа.

Цель и задачи дисциплины: является формирование у студентов комплексного представления о рекламе и связях с общественностью в сфере культуры, что предполагает: получение базовых знаний в области теоретических основ рекламного дела, его истории и перспектив в сфере культуры; понимание целей и задач рекламной деятельности в сфере культуры; получение системного комплекса знаний о маркетинговых коммуникациях и их роли в достижении целей организаций сферы культуры; определение места и роли рекламы и связей с общественностью в системе продвижения культурного продукта, включая новейшие коммуникационные средства и методы; формирование у студентов способностей реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности усвоение студентами системы знаний в области технологий рекламы и связей с общественностью и их применение в сфере культуры.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в сфере культуры» входит в Профессиональный цикл (Б3.В.ДВ.3.2) и служит цели формирования у студентов современных знаний, профессиональных навыков и деловой культуры специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Дисциплина помогает студентам изучить особенности рекламных и PR-технологий, применять на практике навыки стратегического и оперативного планирования рекламных и PR-мероприятий в области культуры и искусства; выбирать оптимальные средства и методы рекламирования и продвижения в сфере культуры; разрабатывать тактические мероприятия по достижению рекламных и PR-целей, оценивать эффективность рекламных и PR-мероприятий. Для освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в сфере культуры» студенты используют знания, полученные в ходе изучения дисциплин «Культурология», «Философия», «Психология», «Экономика», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» и др. Требования к входным знаниям, умениям и готовности студентов. Курс содержит теоретическую и практическую части. Для его освоения необходимы знания по истории, литературе, обществознанию в объеме курса общеобразовательной школы и элементарные знания в области коммуникационных технологий.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

– владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

В результате освоения данной дисциплины студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями* (ПК):

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

- обладает базовыми навыками общения, умения устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. PR и реклама: понятие, история, возможности в сфере культуры.
2. Связи с общественностью как профессиональная деятельность в сфере культуры.
3. Коммуникация и распространение информации в сфере культуры и искусства.
4. Элементарные операции в PR и рекламы в сфере культуры.
5. Социологические исследования аудитории для целей PR и рекламы.
6. Форма подачи новостных материалов и основные каналы PR-коммуникации и распространения рекламы, значимые при работе в сфере культуры.
7. Менеджмент новостей.
8. Основы имиджологии и их применение в сфере культуры.
9. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью в сфере культуры.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: определение рекламы и связей с общественностью и их роль в экономике и сфере культуры; историю возникновения современной рекламы и историю связей с общественностью; роль рекламы и связей с общественностью в сфере культуры; основные цели, функции и результаты воздействия рекламы; основные технологии связей с общественностью; особенности использования рекламы и связей с общественностью в сфере культуры.

уметь: планировать и реализовывать рекламную и PR-кампанию; под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; планировать и осуществлять рекламные и PR-кампании; реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в сфере культуры и искусства; осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия в сфере культуры.

владеть: способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в сфере культуры; базовыми навыками руководства, проектирования, планирования, подготовки и реализации рекламных и PR-кампаний и мероприятий в сфере культуры; способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы.

Разработчик

к. п. н., доцент А.Н. Шевкунов

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Корпоративная газета
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. ф. н., доцент А.А. Нененко
Ф.И.О. (подпись)



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Корпоративная газета

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа.

Цель и задачи дисциплины: сформировать у студентов представления об основных особенностях функционирования корпоративных СМИ, редакционной политики и работу журналистов внутри корпоративного издания.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Корпоративная газета» относится к профессиональному циклу дисциплин (Б1.В.ДВ.10.2), изучается в 5-м семестре на 3 курсе. Для освоения дисциплины «Корпоративная газета» студенты используют знания, полученные в ходе изучения дисциплин «Культурология», «Словесное творчество», «Устная и письменная речь», «Психология», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) и др. Полученные знания в процессе освоения курса являются базовыми для освоения содержания курсов «Пресс-служба», «Медиапланирование».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

В результате освоения данной дисциплины студент должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК):**

- владеть знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);

- владеть основами речи, знать ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Корпоративные СМИ: история и современность
2. Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире
3. Российские корпоративные издания, проблемы и перспективы
4. Специфика работы редактора и журналиста в корпоративном медиа
5. Корпоративные СМИ нефтегазовой отрасли Сургута
6. Газета «Северный университет» пульс жизни медиа в образовательном учреждении
7. Содержательная модель корпоративного издания
8. Дизайн корпоративных СМИ
9. Методы продвижения корпоративных СМИ, изучение аудитории и организация обратной связи

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные тенденции в современных корпоративных СМИ, специфику работы редактора и журналиста в корпоративном медиа

уметь: создавать содержательные и графические модели корпоративного издания

владеть: методикой создания и продвижения корпоративного медиа.

Разработчик

к. ф. н., доцент А.А. Нененко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“08” _____ 2018 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Психология и этика деловых отношений

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доц. Н.И. Хохлова

Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Психология и этика деловых отношений»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2-е** зачетные единицы, **72 часа/**

Цель и задачи дисциплины: обеспечить освоение знаний об этике деловых отношений в целом, аспектов этико-психологического и этикетного характера в системе деловых партнерских отношений, средств профессиональной реализации себя как субъекта деловых отношений, формирование психологических и нравственных качеств как необходимых условий профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП

Курс «Психология и этика деловых отношений» относится к Профессиональному циклу (БЗ.В.ДВ.12.1). Курс опирается на следующие учебные курсы «Русский язык и культура речи», «Психология», «Психология труда», «Устная публичная речь», «Конфликтология», «Принципы ведения переговоров», «Психология общения» и предшествует изучению следующих курсов: «Фонационный тренинг». Знания и навыки, полученные в процессе изучения курса, необходимы для продуктивной профессиональной деятельности.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК):**

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Введение. Предмет, основные категории и задачи психологии и этики деловых отношений.
2. Психологические аспекты делового общения
3. Этика и этикет межличностных отношений
4. Переговоры как разновидность общения

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные этические принципы деловых отношений в контексте своей деятельности и деловых отношений; основные психологические приемы и этические нормы, необходимые при установлении деловых контактов; понимать, в каких областях практики и каким образом могут быть применены знания научной психологии; пределы применения знаний, умений и навыков на практике.

уметь: применять теоретические знания в различных областях производственной практики; ориентироваться в закономерностях построения деловых и межличностных отношений, группового поведения.

владеть: методами и формами групповой работы, направленной на организацию эффективных деловых коммуникаций; технологиями создания условий для нравственного и психологического саморазвития участников коллектива.

Разработчик

к. психол. н., доц. Н.И. Хохлова

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Психология общения»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа.

Цель и задачи дисциплины: сформировать у будущих специалистов системы знаний, умений и навыков практической работы в сфере межличностного и публичного общения.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Психология общения» относится к Профессиональному циклу (БЗ.В.ДВ.12.2). Основой ее служат такие дисциплины как «Психология», «Русский язык и культура речи», «Межкультурная коммуникация», «Организация проведения дебатов», «Принципы ведения переговоров» и др. Данный курс направлен на формирование компетентности в сфере общения и является базой для освоения таких дисциплин как «Имиджелогия», «Психология и этика деловых отношений» и др.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями* (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Введение в психологию общения.
2. Контакты между людьми
3. Общение как взаимодействие. Общение как восприятие.
4. Культурная речь как непереносимое условие общения
5. Общение в сложных ситуациях. Деформации общения
6. Этикет в общении. Этикет деловых отношений.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные понятия психологии общения, механизмы межличностного восприятия, закономерности обмена информацией и взаимодействий между людьми, принципы конструктивного общения, основы культуры речи, основы этикета; психологические технологии, позволяющие решать типовые задачи в различных областях практики; основные механизмы, технологии психологического воздействия на разных этапах развития индивида и личности, процедуры оказания психологической помощи индивидам, группам и сообществам;

уметь: различать конструктивное и деструктивное в процессе общения; ориентироваться в нормах современного литературного языка; произвольно использовать адекватные средства общения в зависимости от ситуации и целей процесса коммуникации; находить эффективные средства установления контакта с аудиторией, планировать процесс общения в зависимости от адресата и целей коммуникации, адекватно использовать вербальные и невербальные средства общения;

владеть: первичными навыками диагностики и коррекции общения, навыками публичного общения, основами этикета общения; приемами оказания психологической помощи в различных жизненных проблемных ситуациях;

Разработчик

к. психол. н., доц. Мамкина Т.М.

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“15” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. ф. н., доцент А.А. Нененко
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)

[0%94%D0%95%D0%9B%D0%90%20%D0%9F%D0%9E%20%D0%A1%D0%92%D0%AF%D0%97%D0%AF%D0%9C%20%D0%A1%20%D0%9E%D0%91%D0%A9%D0%95%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC%D0%AE%20%0D%0A%D0%A1%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5%D](http://ghghltd.yandex.net/yandbtm?fmode=envelope&url=http%3A%2F%2Fwww.philos.msu.ru%2Ffac%2Fdep%2Fedu%2Fmethod%2Fpr%2F4-sharonov.pdf&lr=39&text=15.%20%20%D0%9E%D0%A0%D0%93%D0%90%D0%9D%D0%98%D0%97%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%AF%20%D0%A0%D0%90%D0%91%D0%9E%D0%A2%D0%AB%20%D0%9E%D0%A2%D0%94%D0%95%D0%9B%D0%90%20%D0%9F%D0%9E%20%D0%A1%D0%92%D0%AF%D0%97%D0%AF%D0%9C%20%D0%A1%20%D0%9E%D0%91%D0%A9%D0%95%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC%D0%AE%20%0D%0A%D0%A1%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5%D) - YANDEX 18с общественностью

<http://ghghltd.yandex.net/yandbtm?fmode=envelope&url=http%3A%2F%2Fwww.philos.msu.ru%2Ffac%2Fdep%2Fedu%2Fmethod%2Fpr%2F4-sharonov.pdf&lr=39&text=15.%20%20%D0%9E%D0%A0%D0%93%D0%90%D0%9D%D0%98%D0%97%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%AF%20%D0%A0%D0%90%D0%91%D0%9E%D0%A2%D0%AB%20%D0%9E%D0%A2%D0%94%D0%95%D0%9B%D0%90%20%D0%9F%D0%9E%20%D0%A1%D0%92%D0%AF%D0%97%D0%AF%D0%9C%20%D0%A1%20%D0%9E%D0%91%D0%A9%D0%95%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC%D0%AE%20%0D%0A%D0%A1%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5%D> - YANDEX 21в современной

<http://ghghltd.yandex.net/yandbtm?fmode=envelope&url=http%3A%2F%2Fwww.philos.msu.ru%2Ffac%2Fdep%2Fedu%2Fmethod%2Fpr%2F4-sharonov.pdf&lr=39&text=15.%20%20%D0%9E%D0%A0%D0%93%D0%90%D0%9D%D0%98%D0%97%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%AF%20%D0%A0%D0%90%D0%91%D0%9E%D0%A2%D0%AB%20%D0%9E%D0%A2%D0%94%D0%95%D0%9B%D0%90%20%D0%9F%D0%9E%20%D0%A1%D0%92%D0%AF%D0%97%D0%AF%D0%9C%20%D0%A1%20%D0%9E%D0%91%D0%A9%D0%95%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC%D0%AE%20%0D%0A%D0%A1%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5%D> -

YANDEX 20 организации <http://ghghltd.yandex.net/yandbtm?fmode=envelope&url=http%3A%2F%2Fwww.philos.msu.ru%2Ffac%2Fdep%2Fedu%2Fmethod%2Fpr%2F4-sharonov.pdf&lr=39&text=15.%20%20%D0%9E%D0%A0%D0%93%D0%90%D0%9D%D0%98%D0%97%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%AF%20%D0%A0%D0%90%D0%91%D0%9E%D0%A2%D0%AB%20%D0%9E%D0%A2%D0%94%D0%95%D0%9B%D0%90%20%D0%9F%D0%9E%20%D0%A1%D0%92%D0%AF%D0%97%D0%AF%D0%9C%20%D0%A1%20%D0%9E%D0%91%D0%A9%D0%95%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC%D0%AE%20%0D%0A%D0%A1%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5%D>

знания об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирм и организаций; оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; об организации и проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» входит в цикл общих профессиональных дисциплин (БЗ.Б.8). Курс базируется на знаниях, полученных слушателями при изучении следующих специальных дисциплин: «Культурология», «Межкультурная коммуникация», «Психология», «Социология массовых коммуникаций», «Конфликтология», «Маркетинг», «Корпоративная культура». Полученные знания студенту понадобятся в практической деятельности.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК)**:

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);

Студент должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК)**:

- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);
- способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Понятие организации
2. Теоретико-методологические основы исследования современных организаций
3. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
4. Базовые документы по рекламе и ПР
5. Функциональная структура и основные направления деятельности отдела по связям с общественностью
6. Функциональная структура и основные направления деятельности отдела по связям с общественностью
7. Регламентация работы ПР-отдела
8. Связи с общественностью в государственных структурах.
9. Связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные принципы организационных структур и распределения функций управления; формы участия персонала в управлении; роль, принципы и функции маркетинга, технологию проведения социологических исследований.

уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ.

владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и ПР-текстами, способностью работать в группе и коллективе в качестве исполнителя или руководителя младшего звена, методами коммуникации в кросс-культурной среде.

Разработчик

к. ф. н., доцент А.А. Нененко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 08 2018 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Брендинг
Название дисциплины
Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере
Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к.психол.н., доцент Е.В. Иванчихина
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Брендинг»

Направление подготовки
031600.62 – Реклама и связи с общественностью
Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Цели и задачи дисциплины: формирование знаний о построении, развитии и способах управления брендом, воздействии его на массовое сознание; выработка и развитие у студентов навыков и умений практического использования разработанных в брендинге приемов позиционирования и продвижения продукта.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Брендинг» относится к циклу к профессиональному циклу (Б.3.В.ОД.1), изучается в 7-м семестре на 4-м курсе. Преподавание дисциплины «Брендинг» будущим специалистам призвано сформировать у студентов представление о структуре и тенденциях развития рынка услуг по рекламе и связям с общественностью в России и за рубежом; сформировать представление о технологиях построения и управления брендом; привлечь студентов к деятельности, имитирующей аспекты процесса создания и управления брендом. Основой освоения дисциплины «Брендинг» является знания и навыки, полученные учащимися в ходе освоения курсов «Имиджелогия», «Корпоративная культура» и другие. Полученные знания в процессе курса являются базовыми для освоения содержания курсов «Репутация организации», «Консалтинг в связях с общественностью» и др.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Студент должен приобрести следующие *профессиональными компетенциями* (ПК):

- обладание базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);
- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);
- способность организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. История брендинга. Основные характеристики бренда.
2. Особенности бренда: индивидуальность, технологии рождения, имя, дизайн.
3. Разработка концепции бренда и стратегии управления брендом.
4. Концепции позиционирования бренда.
5. Исследования в бренд-менеджменте и сегментирование рынка.
6. Способы и методы оценки бренда. Практический бренд-менеджмент.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные понятия брендинга; виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности бренда; основные принципы создания брендов.

уметь: пользоваться терминологическим аппаратом дисциплины; применять методы анализа бренда; на основе анализа конкурентной среды создавать бренд продукта.

владеть: методами выполнения необходимых для создания бренда исследований; методами сбора, обработки и анализа материалов в брендинге; самостоятельно проводить оценку бренда.

Разработчик

к.психол.н., доцент Е.В. Иванчихина

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“15” 05 2018 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Пресс-служба
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. ф. н., доцент А.А. Нененко
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Пресс-служба»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Цель и задачи дисциплины: сформировать у студентов полномасштабное представление о работе современных пресс-служб; ознакомить со структурой и функциями пресс-службы, обеспечить овладение практическими навыками работы в пресс-службах различных видов и типов, приобретение необходимых знаний в сфере коммуникации с различными видами СМИ, знакомство с правовыми аспектами деятельности пресс-службы.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Пресс-служба» относится к профессиональному циклу дисциплин (БЗ. В.ОД.3). Студент должен обладать входными знаниями, умениями и компетенциями, необходимыми для изучения данной дисциплины в соответствии с уровнем подготовки соответствующего курса вуза, изучив следующие предметы «Основы связей с общественностью», «История и актуальные проблемы отечественной журналистики», «Теория и практика средств массовой информации», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций». Данная дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин «Консалтинг в сфере связей с общественностью», «Организация и проведение компаний в сфере связей с общественностью», «Немедийные коммуникации».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

В результате изучения дисциплины студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями (ПК)*:

- владеть знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Информация и СМИ в современном мире
2. Российские пресс-релейшнз: история, становление, развитие
3. Современные пресс-службы
4. Пресс-служба: структура и функции
5. Пресс-секретарь как организатор эффективных медиа-релейшнз
6. Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью
7. Принципы организации пресс-конференции
8. Работа с прессой после проведения пресс-конференции
9. Правовые и этические аспекты деятельности пресс-служб

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: структуру и функции современной пресс-службы, функции пресс-секретаря и особенности функционирования пресс-службы.

уметь: контактировать со СМИ, организовывать мероприятия в рамках сферы деятельности пресс-службы.

владеть: навыками составления базовых документов и методикой написания основных жанров в работе пресс-службы.

Разработчик

к. ф. н., доцент А.А. Нененко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“18” 05 2015 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Медиапланирование
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Медиапланирование»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

Цель и задачи дисциплины: ознакомить студентов с теорией и практикой системы управления информацией в средствах массовой коммуникации, комплексно рассмотреть подходы современного медиапланирования для оптимизации рекламных расходов.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Медиапланирование» относится к профессиональному циклу (БЗ.В.ОД.4), изучается в 7-м семестре на 4 курсе. Преподавание дисциплины «Медиапланирование» направлено на освоение и использование в практической деятельности будущими специалистами по связям с общественностью и рекламе основных понятий медиапланирования, правил составления медиаплана, технологий выбора рекламных носителей, специфики различных рекламных носителей, стратегии и тактики размещения рекламы в СМИ. В процессе усвоения содержания курса предполагается опора студентов на базовые знания, полученные в процессе освоения дисциплин: «Основы связей с общественностью», «Основы тележурналистики», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика рекламы». Знания, приобретенные студентами в процессе освоения дисциплины, лягут в основу освоения ими курсов «Брендинг», «Бизнеспланирование», «Консалтинг в связях с общественностью», «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью», «Спонсоринг и фандрайзинг» и «Правовые основы рекламы».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *профессиональные компетенции (ПК)*:

Общепрофессиональные

- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3).
- владение базовыми навыками медиапланирования (ПК-8).
- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Основные параметры медиапланирования.
2. Этапы и процесс медиапланирования.
3. Традиционные средства распространения рекламы
4. Медиаисследования и их роль в медиапланировании.
5. Специфика планирования рекламной кампании на различных носителях.
6. Стоимость рекламы в прессе, на радио и телевидении, в Интернете.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: критерии выбора каналов распространения рекламы, этапы и методы работы в ходе медиапланирования; методики изучения СМИ как площадок для эффективного размещения рекламы; сравнительные характеристики основных каналов распространения рекламы.

уметь: планировать конкретные рекламные кампании; создавать медиапланы конкретных рекламных кампаний; анализировать основные параметры медиапланирования; правильно использовать экономические параметры медиапланирования; добиваться планирования эффективных рекламных кампаний.

владеть: навыками создания медиапланов рекламных и PR-кампаний; навыками проведения медиаисследований.

Разработчик

к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 15 ” 05 20 18 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Бизнеспланирование
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Бизнеспланирование»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Цель и задачи дисциплины: сформировать у студентов представления о современных технологиях по привлечению инвестиций; базовые знания о функциях, принципах, методах и формах бизнеспланирования с целью обоснования и выбора наиболее эффективных способов достижения системы целей и стратегии развития организации в рыночных условиях.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Бизнеспланирование» относится к Профессиональному циклу (БЗ.В.ОД.5), изучается студентами на 4-м курсе в 8 семестре по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Изучение студентами данного курса предполагает опору на такие изученные в университете дисциплины, как «Менеджмент», «Маркетинг», «Основы бухгалтерского учета», «Репутация организации», «Брендинг», а также курсы, ориентированные на изучение коммуникативных аспектов науки в подготовке бакалавра.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга (ОК-16).

Студент должен приобрести следующие *профессиональные компетенции* (ПК):

- обладать компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-29);
- владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);
- владеть навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Сущность и содержание бизнеспланирования на предприятии.
2. Резюме бизнес-плана
3. Исследование и анализ рынка, маркетинговый план
4. Составление плана производства и организационного плана
5. Финансовый план и оценка рисков
6. Форма представления бизнес-плана. Презентация

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: способы выявления проблем в области исследования и инструменты разработки предложений и мероприятий по их устранению; способы оценки финансовой и экономи-

ческой эффективности проектных мероприятий; процедуру подготовки для оценки мероприятий в области планирования хозяйственной деятельности в организации и на предприятии; возможные источники информации для проведения финансовых и экономических расчетов; финансовые и экономические показатели планирования на предприятии; критерии финансовой и экономической эффективности.

уметь: рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы финансовые и экономические показатели планирования на предприятии; интерпретировать финансовые и экономические показатели в сфере долгосрочного и краткосрочного бизнеспланирования хозяйственной деятельности в организации и на предприятии; выявлять тенденции изменения показателей в сфере бизнеспланирования хозяйственной деятельности в организации и на предприятии.

владеть: методиками анализа и расчета социально-финансовых и экономических показателей в сфере бизнеспланирования хозяйственной деятельности в организации и на предприятии.

Разработчик

к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“18” 05 2018 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Консалтинг в связях с общественностью
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Консалтинг в связях с общественностью»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4** зачетные единицы, **144** часа.

Цель и задачи дисциплины: подготовить специалистов, владеющих знаниями в области консультирования в сфере связей с общественностью и умеющих применять полученные знания и навыки в практической деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» относится к Профессиональному циклу (БЗ.В.ОД.6), изучается студентами на 4-м курсе в 7 семестре по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Освоение курса базируется на дисциплинах, которые изучались в предыдущих семестрах, таких как "Менеджмент", "Маркетинг", "Политология", "Корпоративная культура", "Имиджология", "Репутация организации", "Брендинг". По окончании курса «Консалтинг в связях с общественностью» студенты должны обладать необходимыми навыками для формирования консалтингового продукта как в коммерческой, так и некоммерческой среде, в том числе и политической сфере.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Консалтинг как вид профессиональной деятельности в системе связей с общественностью
2. Субъекты и объекты консалтинговой деятельности. Консалтинговый процесс и консалтинговый проект: сущность, стадии, этапы, специфика
3. Коммерциализация консультирования. Экономика и организация консалтинговых услуг.
4. Причины обращения к услугам консультанта. Процедура выбора консультанта и оплата его услуг.
5. Политическая система и политический PR. Политический консалтинг и технологии PR в политике. Специфика PR-консультирования в политике.
6. Процедурные технологии в PR: медиация и фасилитация.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные понятия консалтинга, этапы развития консалтинга как науки, сущность процесса консультирования, механизм возникновения, развития в сфере связей с общественностью и рекламы.

уметь: владеть терминологическим аппаратом дисциплины, планировать и осуществлять управление консалтинговым процессом в области связей с общественностью и рекламы, пользоваться необходимой научной и справочной литературой по дисциплине.

владеть: навыками организации рекламных и PR-кампаний, как в коммерческой, так и в некоммерческой среде, способностью к деловым коммуникациям в профессиональной сфере, технологией принятия стратегических решений в кризисных ситуациях в организации. способностью к деловым коммуникациям в профессиональной сфере, культурой ведения дискуссии.

Разработчик

к. психол. н., доцент Е.В. Иванчихина

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 05 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

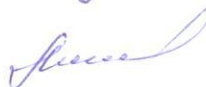
Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к.ф.н., доцент А.А. Нененко
ф.и.о. (подпись) ассистент Е.В. Хохленко



Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **2** зачётные единицы, **72** часа.

Цель и задачи дисциплины: обеспечить овладение студентами направления «Реклама и связи с общественностью» необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками по разработке и управлению проектами в области профессиональной деятельности в коммерческой сфере жизнедеятельности общества.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью» включается в вариативную часть профессионального цикла Б.3.В.ОД.7 основной образовательной программы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Её изучение предполагает установление и развитие междисциплинарных связей с такими дисциплинами как «Социология», «Экономика», «Теория массовых коммуникаций», «Менеджмент», «История и актуальные проблемы отечественной журналистики», «Теория и практика массовой информации», «Основы связей с общественностью». Базируется на элементах компетенций, сформированных при изучении дисциплин «Организация работы отделов связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенция (ОК):*

- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

Студент должен обладать следующими *профессиональными компетенция (ПК):*

- умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Основные понятия и классификация PR-кампаний
2. Основы проектирования PR-кампаний
3. Анализ ситуации и постановка целей PR-кампании
4. Изучение целевой аудитории
5. Стратегическое и тактическое планирование PR-кампании
6. Разнообразие и специфика мероприятий в режиме PR-кампании
7. Особенности ресурсного планирования и бюджетирования PR-кампаний
8. Оценка эффективности проекта PR-кампании и перспективы его развития

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: сущность и типологию кампаний в сфере связей с общественностью, основные

элементы планирования PR-кампаний; классификацию PR-кампаний; этапы реализации PR-кампаний (аналитический этап, этап планирования, этап практической реализации, заключительный этап); виды и методы исследований в целях проведения PR-кампаний.

уметь: формулировать определение и содержание проектов в PR-сфере; разрабатывать «сценографию» информационных поводов; владеть коммуникативными приемами современных информационных технологий; самостоятельно анализировать специфику PR-кампаний в сфере политики, экономики, культуры, социальной области; проводить оценку эффективности PR-кампаний; планировать бюджет PR-кампаний;

владеть: технологиями организации рекламных и PR-кампаний.

Разработчики

к.ф.н., доцент А.А. Нененко

ассистент Е.В. Хохленко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Фонационный тренинг
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н., доцент Т.В. Вымекаева
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Фонационный тренинг»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы, 72 часа.

Цель и задачи дисциплины: изучение, диагностика и освоение основ ораторского мастерства как профессионального инструмента специалиста по связям с общественностью, призванного объяснять, раскрывать, преподавать, просвещать и убеждать людей как субъектов социального взаимодействия; формирование речевого имиджа профессионала, работающего в сфере человек-человек, элементы профессионального речевого имиджа.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Фонационный тренинг» относится к профессиональному циклу (БЗ.В.ОД.9) и опирается на дисциплины курса специальной психологической подготовки специалистов по связям с общественностью: «Русский язык и культура речи», «Культурология», «Тренинг личностного роста». Освоение курса является продолжением освоения компетенций, связанных с психологическими и коммуникативными задачами смежных дисциплин соответствующего профиля – «Презентация», «Устная публичная речь», «Психология и этика деловых отношений», «Имиджология», «Психология управления» и т.д. Данный курс является обязательным и необходим для подготовки к практической работе специалиста по связям с общественностью.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие *общекультурные компетенции* (ОК):

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

Студент должен приобрести следующие *профессиональные компетенции* (ПК):

- владение основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Фонационные аспекты психологии ораторского мастерства
2. Видеотренинг – самопрезентация на тему «Я психолог».
3. Фонационный тренинг. Образно-речевой блок.
4. Тренинг эмоциональной саморегуляции
5. Создание целостного, гармоничного речевого имиджа в итоговой самопрезентации

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: виды речи и правила речевого этикета, ведения диалога, законы композиции и стили, приемы убеждения;

уметь: создавать экспрессивный образ своего публичного выступления и отрабатывать подготовленную речь по всем экспрессивным параметрам;

владеть: культурой мышления, навыками постановки цели и выбора путей ее достижения, навыками убеждения и управления вниманием аудитории.

Разработчик

к. психол. н., доцент Т.В. Вымекаева

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Реклама и связи с общественностью в бизнесе

Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. п. н., доцент А.Н. Шевкунов
к. филол. н., доцент А.А. Нененко

Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Реклама и связи с общественностью в бизнесе»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа

Цель и задачи дисциплины: формирование у студентов комплексного представления о рекламе и связях с общественностью в коммерческой сфере, что предполагает: получение базовых знаний в области теоретических основ рекламного дела, его истории и перспектив в сфере бизнеса; понимание целей и задач рекламной деятельности в бизнесе; получение системного комплекса знаний о маркетинговых коммуникациях и их роли в достижении целей коммерческой организации; определение места и роли рекламы и связей с общественностью в системе продвижения продукта, включая новейшие коммуникационные средства и методы; формирование у студентов способностей реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; усвоение студентами системы знаний в области технологий рекламы и связей с общественностью и их применение в бизнесе.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в бизнесе» входит в Профессиональный цикл (Б3.ВДВ.2.2) и служит цели формирования у студентов современных знаний, профессиональных навыков и деловой культуры специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Дисциплина помогает студентам изучить особенности рекламных и PR-технологий, применять на практике, навыки стратегического и оперативного планирования рекламных и PR-мероприятий в бизнесе; выбирать оптимальные средства и методы рекламирования и продвижения в бизнесе; разрабатывать тактические мероприятия по достижению рекламных и PR-целей, оценивать эффективность рекламных и PR-мероприятий. Для освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в бизнесе» студенты используют знания, полученные в ходе изучения дисциплин «Культурология», «Философия», «Психология», «Экономика», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» и др. Курс содержит теоретическую и практическую части. Для его освоения необходимы знания по истории, литературе, обществознанию в объеме курса общеобразовательной школы и элементарные знания в области коммуникационных технологий.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК)**:
- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

В результате освоения данной дисциплины выпускник должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК)**:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

- обладает базовыми навыками общения, умения устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. PR и реклама: понятие, история, возможности в бизнесе.
2. Связи с общественностью как профессиональная деятельность в бизнесе.
3. Коммуникация и распространение информации в бизнесе.
4. Элементарные операции в PR и рекламы в бизнесе.
5. Социологические исследования аудитории для целей PR и рекламы.
6. Форма подачи новостных материалов и основные каналы PR-коммуникации и распространения рекламы, значимые при работе в коммерческой сфере.
7. Менеджмент новостей.
8. Основы имиджологии и их применение в бизнесе.
9. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью в коммерческой сфере.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: определение рекламы и связей с общественностью и их роль в экономике; историю возникновения современной рекламы и историю связей с общественностью; роль рекламы и связей с общественностью в бизнесе; основные цели, функции и результаты воздействия рекламы; основные технологии связей с общественностью; особенности использования рекламы и связей с общественностью в бизнесе.

уметь: планировать и реализовывать рекламную и PR-кампанию; под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; планировать и осуществлять рекламные и PR-кампании; реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в бизнес среде; осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия в бизнесе.

владеть: способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в бизнесе; базовыми навыками руководства, проектирования, планирования, подготовки и реализации рекламных и PR-кампаний и мероприятий в бизнеса; способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы.

Разработчики

к. п. н., доцент А.Н. Шевкунов
к. филол. н., доцент А.А. Нененко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 15 ” 05 20 15 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины Коммуникации в постиндустриальном обществе
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. ф. н., доцент А.А. Нененко
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Коммуникации в постиндустриальном обществе»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа

Цель и задачи дисциплины: сформировать у студента знания о различных подходах изучения коммуникации в рамках постиндустриального общества.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Коммуникации в постиндустриальном обществе» (БЗ.В.ДВ.4.1) относится к Профессиональному циклу, вариативной части. В процессе усвоения содержания курса предполагается опора студентов на базовые знания, полученные в процессе освоения курсов «Основы теории коммуникации», «Межкультурная коммуникация», «Теория и практика массовой информации», «Социология массовых коммуникаций». Знания, приобретенные студентами в процессе освоения дисциплины, лягут в основу освоения дисциплин «Пресс-служба», «Медиапланирование», «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен обладать следующими *общекультурными компетенциями* (ОК):

- владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

Студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями* (ПК):

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Индустриальное и постиндустриальное общество
2. Становление концепции постиндустриального общества
3. Теория технологических революций Э. Тоффлера
4. Глобализация и информационная революция
5. Социальная коммуникация в контексте постиндустриального общества
6. Межкультурная коммуникация в постиндустриальном обществе
7. Интернет как информационно-коммуникационная вселенная
8. Россия в постиндустриальном мире

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные понятия, концептуальные и теоретические подходы к исследованию содержания; логики и закономерностей развития коммуникации в современном постиндустриальном обществе;

уметь: аргументировать свою позицию, обобщать и систематизировать знания о коммуникации в постиндустриальном обществе;

владеть: основными понятиями и концептуальными положениями современных подходов к развитию постиндустриального/информационного общества.

Разработчик

к. ф. н., доцент А.А. Нененко

Аннотация рабочей программы дисциплины

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

“ 18 ” 20 18 г.


Аннотация рабочей программы дисциплины Немедийные коммуникации
Название дисциплины

Направление подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью
Профиль (магистерская программа) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения (очная, заочная) очная

Составитель программы: к. психол. н, доцент Иванчихина Е.В. 
Ф.И.О. (подпись)

Заведующий кафедрой к.п.н. доцент Мамкина Т.М. 
(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
«Немедийные коммуникации»

Направление подготовки
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки:
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Очная

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа

Цель и задачи дисциплины: формирование у студентов системы компетенций, которые в будущем помогут им эффективно работать в сфере ВТЛ-услуг: разрабатывать стратегию продвижения брендов на рынке с использованием ВТЛ инструментов, планировать и осуществлять долгосрочные и краткосрочные программы, рассчитывать и анализировать эффективность ВТЛ кампаний. К числу приоритетных целей данного курса относится также формирование этических принципов и высоких моральных стандартов профессионального поведения у будущих специалистов в области маркетинговых коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Немедийные коммуникации» (Б.3.В.ДВ. 4.2) включена в вариативную часть профессионального цикла дисциплин учебного плана. «Немедийные коммуникации» дополняет дисциплину базовой части профессионального цикла дисциплин учебного плана «Основы теории коммуникаций». Изучению дисциплины «Немедийные коммуникации» предшествуют дисциплины базовой части профессионального цикла «Теория и практика массовой информации» и «Маркетинговые исследования и ситуативный анализ». Дисциплина «Немедийные коммуникации» взаимосвязана дисциплинами «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Реклама и связи с общественностью в бизнесе», «Бизнеспланирование» и является базой для их освоения.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Студент должен приобрести следующие **общекультурные компетенции** (ОК):

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1).

Студент должен приобрести следующие **общепрофессиональные компетенции** (ПК):

коммуникативная деятельность:

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27).

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Основы маркетинга. Виды маркетинга. Блок 1 (стимулирование сбыта, мерчендайзинг)
2. Виды маркетинга. Блок 2 (событийный, социально-ориентированный)
3. Виды маркетинга. Блок 3 (прямой, покупательский).

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные положения теоретической базы в сфере ВТЛ, использовать их при решении профессиональных задач, анализировать процессы, владеть основами методологических знаний и аналитическими навыками; методы и основные виды ВТЛ-услуг на примере российского и зарубежного опыта проведения ВТЛ проектов; тенденции развития ВТЛ; структуру ВТЛ-агентства; теоретическую и практическую базу профессиональных знаний; сущность и значение информации для развития в профессиональной сфере;

уметь: осуществлять профессиональные функции в области немедийных коммуникаций в государственных, общественных, коммерческих структурах, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; планировать и осуществлять рекламные, информационные кампании и мероприятия; обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы; пользоваться теми навыками, которые необходимы для самостоятельного профессионального совершенствования и для квалифицированного управления ВТЛ-проектами; реализовывать знания в области немедийных коммуникаций как сферы профессиональной деятельности.

владеть: терминологическим аппаратом; необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций специалиста в сфере маркетинговых услуг, как на стороне агентства, так и на стороне заказчика; основами методологических знаний и аналитическими навыками, позволяющими самостоятельно планировать и разрабатывать ВТЛ-проекты, анализировать эффективность программ; навыками и умениями по реализации некоторых форм ВТЛ-услуг на основе изученной теоретической базы и за счет практической работы на занятиях; навыками самостоятельной работы, умением планировать свое время и организовать свою деятельность; умением работать в команде, стремиться обеспечить благоприятный климат в коллективе, умением быть толерантным.

Разработчик

к. психол. н, доцент Иванчихина Е.В.