

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ ИМ. ПРОФ. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА»**
(СПбГУТ)

УТВЕРЖДАЮ
Декан СЦТ

Д.В. Шутман

СБОРНИК АННОТАЦИЙ

рабочих программ дисциплин

образовательной программы высшего образования

Направление подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью»,

направленность профиль образовательной программы

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Санкт-Петербург

1. Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей) базовой части

Б1.О.01 Философия

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Философия» является:

формирование философской культуры мышления, осознанного отношения к наиболее общим принципам познания и практической деятельности, способности критического анализа и совместного обсуждения идей универсального характера.

В результате изучения дисциплины у студентов должны сформироваться знания, умения и навыки, позволяющие проводить самостоятельный анализ глобальных, общечеловеческих и конкретных явлений современной жизни.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Философия» Б1.О.01 является дисциплиной обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Философия» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в философию

Что такое философия? Особенности философского мышления. Отличия от др. форм знания и наук. Связь с другими сферами интеллектуальной деятельности. Основные понятия философии.

Раздел 2. Структура философии как предмета изучения. Часть 1: метафизика.

Особенности структуры философии. Философские теоретические науки: метафизика, онтология, гносеология (эпистемология), формальная и диалектическая логики.

Раздел 3. Структура философии как предмета изучения. Часть 2: философская антропология.

Философские практические науки: этика, эстетика, аксиология, философская антропология и социальная философия и др. науки гуманитарного цикла, в которых

применяется философский подход к решению насущных проблем.

Раздел 4. История философии. Часть 1: Античность и философия эпохи эллинизма.

Философские учения досократиков (Милетская школа философии о природе сущего).

Элейская школа философии о едином бытии и учение Гераклита о становлении.

Пифагорейство и античный атомизм. Софистика и Сократ (Горгий, Протагор).

Философское учение Платона об идеях, познании, о добродетелях и государстве.

Основные понятия метафизики Аристотеля. Физика, этика, политика и логические труды

Аристотеля. Философия эпохи эллинизма. Общие черты эллинистической философии.

Основные понятия кинизма, эпикуреизма, стоицизма, скептицизма.

Раздел 5. История философии. Часть 2: Античное начало и Средние века, философия эпохи Возрождения.

Библейская традиция и христианское богословие. Бог-творец и понятие креации. Время и

мировая история. Христианская антропология и мистика, ее рецепция в исламе. Вопрос о

соотношении веры и знания в схоластике. Спор об универсалиях (реализм, номинализм,

концептуализм). Гуманистический пафос философии Возрождения.

Раздел 6. История философии. Часть 3: Новое время. Философия эпохи Просвещения.

Обоснование экспериментального метода Ф. Бэконом. Эмпиризм Т. Гоббса и Дж. Локка.

Рациональная метафизика Р. Декарта, Б. Спинозы, Г. Лейбница. Антиклерикальный и

антимонархический пафос философии Просвещения. Просветительские идеи в Англии,

Франции, Германии, России.

Раздел 7. История философии. Часть 4: И. Кант и немецкая классическая философия.

Трансцендентальная философия И.Канта: новый взгляд на физику, мораль, искусство.

Общий замысел и основные понятия наукоучения И. Фихте. Философия тождества Ф.

Шеллинга. Диалектический метод в систематической философии Г. Гегеля.

Раздел 8. История философии. Часть 5: Марксизм и позитивизм, постклассическая философия.

Позитивизм: этапы развития. Рецепция диалектики Гегеля в марксизме.

Иррационалистические настроения в философии XIX-XX веков.

Раздел 9. История философии. Часть 6: Русская философия.

Историософия П.Я. Чаадаева. Спор славянофилов и западников. Философия всеединства

В.С. Соловьева. Религиозно-философские искания начала XX века. Марксизм в России.

Представители неотомизма и неопатристический синтез русского зарубежья XX века.

Раздел 10. История философии. Часть 7: основные тенденции второй половины XX века.

Основные понятия феноменологической философии. Философская герменевтика.

Онтологический стиль мышления М. Хайдеггера. Современный кризис естественных наук

и его философская оценка.

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.О.02 Экономика

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Экономика» является:
сформировать у студентов экономическое мировоззрение, умение анализировать экономические ситуации и закономерности поведения экономических субъектов в условиях рыночной экономики.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Экономика» Б1.Б.04 является базовой дисциплиной цикла учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Экономика» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)
- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)
- Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в экономическую науку

Краткий обзор этапов развития экономической мысли. Предмет и метод экономической мысли. Предмет и метод экономической теории. Базовые экономические понятия. Экономические системы. Институциональные основы функционирования рынка.

Раздел 2. Спрос, предложение и рыночное равновесие

Спрос и его факторы. Предложение и его факторы. Рыночное равновесие и его устойчивость. Государственное регулирование индивидуальных рынков.

Раздел 3. Эластичность спроса и предложения

Эластичность спроса по цене. Факторы ценовой эластичности спроса. Взаимосвязь ценовой эластичности спроса и общей выручки продавцов. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность предложения.

Раздел 4. Фирма в условиях совершенной конкуренции

Совершенная и несовершенная конкуренция. Правило максимизации прибыли фирмы. Точка безубыточности, точка закрытия и кривая предложения конкурентной фирмы.

Раздел 5. Фирма в условиях несовершенной конкуренции

Монополия. Максимизация прибыли монополий. Ценовая дискриминация. Ущерб, наносимый монополией обществу. Государственная антимонопольная политика.

Олигополия. Модели олигополии: ценовая война, ломаная кривая спроса, картель, лидерство в ценах. Монополистическая конкуренция. Равновесие фирмы на рынке монополистической конкуренции в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Раздел 6. Основные макроэкономические показатели. Модель общего экономического равновесия

Валовый внутренний продукт (ВВП) и принципы его расчета. Валовый национальный продукт, чистый национальный продукт, национальный доход, личный доход, личный располагаемый доход. Дефлятор ВВП и Индекс потребительских цен.

Макроэкономическая производственная функция. Функция потребления, инвестиционная функция. Роль ставки ссудного процента в установлении равновесия. Равновесие на финансовых рынках. Эффект вытеснения.

Раздел 7. Макроэкономическая нестабильность: инфляция и безработица

Сущность, функции и виды денег. Количественная теория денег и основная причина инфляции. Сеньораж. Гиперинфляция и пути её подавления. Общественные издержки инфляции. Измерение уровня безработицы. Основные причины безработицы. Закон Оукена. Кривая Филлипса.

Раздел 8. Теория экономических колебаний. Модель совокупного спроса и совокупного предложения (AD-AS)

Краткосрочные и долгосрочные экономические колебания. Кривая совокупного спроса AD и её сдвиги. Краткосрочная и долгосрочная кривые совокупного предложения. Равновесие в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Раздел 9. Влияние кредитно-денежной политики на совокупный спрос. Кейнсианская теория национального дохода.

Шоки со стороны совокупного спроса и совокупного предложения. Политика стабилизации. Модель кейнсианского креста. Парадокс бережливости.

Раздел 10. Налогово-бюджетная политика и мультипликатор

Мультипликатор государственных расходов, налоговый мультипликатор.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.03 Социология

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Социология» является:
воспитание ответственных членов общества, понимающих свое место в

социальной системе, способных благоустраивать социальную, экономическую, политическую, культурную среду и сознательно решать задачи общественно-исторического значения.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Социология» Б1.О.03 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «История»; «Психология».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

- Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4)
- Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Актуальность, предмет, метод социологического исследования.

Смысл изучения социологии. Место социологии в системе наук. Предмет социологического исследования: сферы общественной жизни, социальные изменения. Метод и методики социологического исследования: конструирование понятийного аппарата, наблюдение, опрос, эксперимент, архивные изыскания, контент-анализ, фокус-группы.

Раздел 2. Классика социологической мысли.

Основоположения социологии О.Конта. Формационный подход К.Маркса и Ф.Энгельса. Эволюционизм Г.Спенсера. Э. Дюркгейм о солидарности, экономике и моральном сознании. М. Вебер о рационализации культуры.

Раздел 3. Направления в современной социологии. Социология в России.

Теории постиндустриального общества: Д.Белл, Э.Тоффлер, М.Кастельс. Анализ средств массовой информации в работах М. Маклюэна и Ж. Бодрийяра. Моральные мотивы в социологии З. Баумана. Отечественная социология: П.А. Сорокин, И.С. Кон, В.А. Ядов, современные социологические центры и периодические издания.

Раздел 4. Социальная стратификация. Элементы социальной структуры.

Социальная стратификация. Параметры неравенства в обществе: экономические, политические, социальные, культурные. Способы измерения стратификации по доходам. Социальный статус. Разновидности статуса. Социальная роль. Ролевой конфликт и ролевая напряженность. Сущность и признаки социальной группы. Социология малых групп. Социальный институт.

Раздел 5. Социология семьи и брака. Демографические тенденции в России и в мире. Здравоохранение.

Семья как социальный институт. Функции семьи. Эволюция семейных форм. Институт брака. Статистика браков и разводов в России. Статистика рождений и смертей в России. Мировая демография. Миграционные процессы в современном мире. Этнос, народ, нация, общество. Понятие здоровья, институт здравоохранения.

Раздел 6. Политические институты общества. Бюрократия в свете социологических понятий.

Сущность и функции государства в общественной системе. Бюджет как инструмент государственной политики. Функции политических партий и движений. Роль бюрократии в обеспечении экономических, политических, социальных и культурных процессов. Издержки бюрократического управления.

Раздел 7. Экономические институты общества.

Частная собственность и другие формы собственности. Свободный рынок. Деловая репутация. Особенности современного производства и потребления в развитых странах. Кризис корпоративности.

Раздел 8. Социология культуры. Искусство. Религия.

Культура как сфера общественной жизни. Взаимосвязь выдающихся явлений духовной жизни с экономикой, политикой, повседневностью. Основные вопросы социологии искусства. Эволюция художественных стилей как отражение общественных опасений и ожиданий. Сущность религии. Характер и формы современной религиозности.

Раздел 9. Наука. Образование. Нравственность.

Место науки в современном обществе. Наука академическая, университетская, корпоративная. Научная коммуникация в системе международных отношений. Образовательный институт как условие социального воспроизводства общества. Нравственный климат в обществе, этикет.

Раздел 10. Социализация. Нормативно-правовые основы общества. Социальные девиации и социальный контроль.

Сущность социализации, ее задачи и этапы. Роль семьи, школы, СМИ, экономических и политических институтов в процессе социализации личности. Правовая система общества, нравственность, этикет. Преступность, аномия. Формы социального контроля. Профилактика девиантного поведения.

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.О.04 Психология

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Психология» является:
изучение психических явлений, процессов, состояний и свойств

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Психология» Б1.О.04 является дисциплиной обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Психология» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)
 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6)
-

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы психологии

Предмет, объект, парадигмы, школы психологии

Раздел 2. Психические явления

Когнитивные, эмоционально-волевые,

Раздел 3. Социальная психология

Социально-психологические эффекты

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.05 Политология

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Политология» является:
изучение понятия "политического" и его места в общественной жизни человека, проявления политического в различных формах общественных отношений, во взаимодействии субъектов политического процесса, институтах

общества и власти, системах государства и властных структурах, формирование понимания политологии как науки о политических процессах.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Политология» Б1.О.05 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Введение в коммуникационные специальности»; «Философия».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)
 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)
-

Содержание дисциплины

Раздел 1. Политология как наука

Понятие «политического» и его место в общественной жизни человека. «Полития» от Античности до наших дней. Политическая жизнь, политическая практика и политическая наука. Основные задачи курса «Политология» и его структура. Функции политических наук. Основные этапы развития политических наук. Плюрализм теоретических подходов в современной политической науке. Понятийно-категориальный аппарат политологии. Теоретическая и прикладная политология. Политическое образование в современном мире и особенности политического образования в современной России. Место политологии в системе социально-гуманитарных наук. Соотношение политологии с философией, историей, экономической теорией, социологией и т.д. Система методов, используемых в политологии.

Раздел 2. История политической мысли

Основные этапы развития истории политической мысли. Политическая практика Древнего мира и ее сакральные основания. Политическая наука Античности. Социально-политические концепции Платона и Аристотеля. Традиции республиканского Рима, первые трибуны и ораторы. Роль Цицерона в разработке понятийного аппарата политической науки и в описании форм государственного устройства. Становление империи как Pax Romana. Христианские историки Лактанций, Евсевий Кесарийский и

Августин об историческом и политическом устройстве мира. Исторический масштаб деяний императоров Константина Великого и Юстиниана. Политическая мысль Средневековья и Нового времени. Формирование основополагающих идей западной государственно-правовой науки и политической практики (от Алкуина до Фомы Аквината). Идеи итальянского гуманизма и «Государь» Макиавелли. Протестантизм и теория общественного договора и «естественных прав» (Т. Гоббс, Дж. Локк, Ш.-Л. Монтескье, Ж.-Ж. Руссо). Формирование концепций гражданского общества и национального государства. Теория разделения властей Дж. Локка и Ш.-Л. Монтескье. И. Кант и становление международного права. Развитие политической мысли XIX – начала XX в. Западная политическая наука конца XIX в. – начала XX в., вторая половина XX в. (Э. Дюркгейм, М. Вебер, В. Парето, Г. Моска и др.) Политическая наука в США конца XIX – начала XX в. и ее особенности. Политическая мысль в России до 1917 г. Политическая практика и наука в современной России.

Раздел 3. Политика и власть

Традиционные и современные трактовки природы политического. Цели, средства и функции политики. Взаимодействие политической сферы с другими сторонами жизни общества. Многообразие политических интересов и их взаимодействие. Сущность политики как особого регулятора человеческих отношений. Политика и экономика. Этические нормы, общественная мораль и политика. Роль СМИ в политическом процессе. Политика, право и социальная природа власти. Власть как центральная категория политической науки. Государство как конечный продукт политических процессов и реализации власти. Структура и функции политической власти. Символы власти. Понятие ресурсов власти, их типология и характеристика. Проблема реализации народного представительства в системе власти и проблема делегирования власти. Принцип разделения властей. Критерии легитимности власти, формы и методы ее обеспечения. Эффективность власти и ее критерии. Кризис власти. Основные показатели кризиса власти в российском обществе.

Раздел 4. Политическая система

Понятие политической системы, ее структура и элементы. Эволюция политических систем. Типология политических систем. Политические институты и ветви политической власти. Государство как институт политической системы. Форма правления и устройства. Функции государства и его исторические типы. Абсолютная и конституционная монархии. Президентская и парламентская республики. Правовое государство, условия его формирования, основные признаки. Государство и гражданское общество. Политические партии, общественно-политические движения и организации, их место и роль в политической системе. Понятие политического режима. Типология политических режимов. Характеристика политических режимов по способу и порядку выборов органов власти, взаимоотношению ветвей власти, месту и роли органов принуждения и насилия, условиям деятельности политических партий, общественных организаций и СМИ. Причины возникновения и характерные черты тоталитаризма. Авторитарный политический режим и его отличительные признаки. Возникновение и развитие современной демократии. Характерные черты и признаки демократии.

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Б1.О.06 Теория государства и права

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Теория государства и права» является: изучение теории государства и права, эволюции концепций государственно-правового развития.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Теория государства и права» Б1.О.06 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «История (история России, всеобщая история)».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)
- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)
- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)
- Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности (УК-10)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теория права

Право в системе социальных норм, Система права, Правоотношения и правонарушения

Раздел 2. Основы конституционного права

Правовое регулирование основ конституционного строя России, Правовое регулирование

функционирования органов власти в Российской Федерации
Раздел 3. Правовое регулирование административных отношений
Основы административного права Российской Федерации, Административные правонарушения, Административная ответственность

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.О.07 Логика и теория аргументации

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Логика и теория аргументации» является: изучение формальных законов корректного мышления, основ формальной классической логики и теории аргументации.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Логика и теория аргументации» Б1.О.07 является дисциплиной обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Логика и теория аргументации» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Предмет логики. Понятие как элементарная единица логики.

Определение логики как дисциплины. Предмет логики. Классическая формальная двузначная логика и неклассические виды логик. Философские виды логик.

Математические виды логик. Формы логического мышления. Понятие как элементарная единица логики. Содержание и объем понятия. Классификации понятий. Отношение

объемов понятий.

Раздел 2. Формально-логические законы.

Аксиоматика и формальные науки. Формально-логические законы как аксиомы логики. Формально-логические законы классической формальной двузначной логики. Закон тождества. Закон противоречия. Закон исключенного третьего. Закон достаточного основания.

Раздел 3. Высказывание и суждение.

Субъектно-предикативное высказывание. Формально бессмысленные высказывания. Высказывание и суждение в философии и математике. Классификации высказываний и суждений. Термины, кванторы, количество и качество суждений. Распределенность терминов суждений. Символическое обозначение суждений. Графическое изображение суждений в диаграммах Эйлера и Венна.

Раздел 4. Квадрат оппозиций.

Определение квадрата оппозиций. Схема квадрата оппозиций. Отношения между суждениями в квадрате оппозиций: контрарность, контрадикторность, субконтрарность, субординация. Фигуры квадрата оппозиций. Правила переходов по квадрату оппозиций. 0

Раздел 5. Умозаключение. Силлогистика.

Определение простого категорического силлогизма. Правила построения простого категорического силлогизма. Фигуры простого категорического силлогизма. Модусы простого категорического силлогизма. Корректность силлогизма. Правила для определения корректности силлогизма: правила для терминов, правила для посылок. Энтимема, эпихейрема, сорит. 0

Раздел 6. Пропозициональная логика. Индукция и дедукция.

Пропозициональная логика и логические связки. Таблицы истинности. Булева функция. Дедукция. Разновидности дедукций. Правила дедукции. Правдоподобные рассуждения и индукция. Разновидности индукций. Методы Милля.

Раздел 7. Неклассические логики. Теория аргументации.

Модальные логики. Многочленные логики. Логическая и содержательная аргументации. Структура логической аргументации. Виды доказательств. Разновидности косвенного доказательства. Правила аргументации: правила для тезиса, правила для аргументов, правила для демонстрации.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.О.08 История (история России, всеобщая история)

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «История (история России, всеобщая история)» является:

формирование систематизированных знания об основных закономерностях и особенностях исторического процесса, определение места

российской цивилизации в мировом историческом процессе с учетом стремления к объективности в его освещении; формирование гражданской позиции.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «История (история России, всеобщая история)» Б1.О.08 является базовой дисциплиной цикла учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «История (история России, всеобщая история)» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

- Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3)
- Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в историческую науку

История как наука: предмет, цели, задачи изучения. Сущность, формы и функции исторического знания. Исторический источник: понятие и классификация. Виды источников.

Раздел 2. Методология исторической науки

Методология истории. Историография истории. История России как неотъемлемая часть всемирной истории. Вспомогательные исторические дисциплины.

Раздел 3. Русские земли и мир в Средние века (V - XV вв.)

Восточное славянство в VII - сер. IX вв. Русь в IX - нач. XI вв. Научные дискуссии о понятии "российская цивилизации". Восточные славяне: расселение, быт, верования, хозяйственные занятия, родоплеменные отношения. Взаимоотношения восточных славян с соседями. Формирование территории Древней Руси. Отношения восточнославянских племен с соседними народами. Формирование древнерусского государства. Институт княжеской власти и его развитие в IX - XI вв. Города и их роль в системе административных и политических отношений Древней Руси. Древнерусское право. Категории свободного и зависимого населения. Экономическое развитие Древней Руси. Роль международной торговли по пути «Из варяг в греки». Развитие частного землевладения: особенности княжеской и боярской вотчин. Крещение Руси. Картина мира древнерусского человека. Внешняя политика киевских князей. Связи Руси с европейскими странами и народами. Древняя Русь и Византия. Дипломатия Древней

Руси. Культура Древней Руси. Повседневная жизнь и быт. Восточное славянство в VII - сер. IX вв. Русь в IX - нач. XI вв. Научные дискуссии о понятии "российская цивилизации". Восточные славяне: расселение, быт, верования, хозяйственные занятия, родоплеменные отношения. Взаимоотношения восточных славян с соседями. Формирование территории Древней Руси. Отношения восточнославянских племен с соседними народами.

Формирование древнерусского государства. Институт княжеской власти и его развитие в IX - XI вв. Города и их роль в системе административных и политических отношений Древней Руси. Древнерусское право. Категории свободного и зависимого населения. Экономическое развитие Древней Руси. Роль международной торговли по пути «Из варяг в греки». Развитие частного землевладения: особенности княжеской и боярской вотчин. Крещение Руси. Картина мира древнерусского человека. Внешняя политика киевских князей. Связи Руси с европейскими странами и народами. Древняя Русь и Византия. Дипломатия Древней Руси. Культура Древней Руси. Повседневная жизнь и быт.

Раздел 4. Россия и мир в XVI - XVII вв.

Развитие процесса централизации России в XVI в. Судебник 1550 г. Сложности и противоречия в развитии российской государственности. Развитие крепостнических тенденций. Борьба за присоединение к России западнорусских и южнорусских земель. Присоединение Великой Перми, колонизация Поволжья, Приуралья. Начало присоединения Зап. Сибири. Культура России втор. пол. XV-XVI вв. Смутное время. Ведущие мировые исторические события указанного периода

Раздел 5. Россия и мир в XVIII в.

Эпоха Петра I. Эпоха Дворцовых переворотов. Правление Екатерины Великой: просвещенный абсолютизм. Россия в системе международных отношений XVIII вв.

Раздел 6. Россия и мир в XIX в.

Участие в антинаполеоновских коалициях. Отечественная война 1812 г. "Священный союз". Россия в центре европейской дипломатии. Неосуществленные замыслы реформ и разочарование общества. Ориентация на использование принципов авторитаризма. Сверхцентрализация госуправления. Включение дворянского самоуправления в систему госвласти. Идеология самодержавия. Теория официальной народности. Политика в области просвещения и образования. Попытки решения назревших социально-экономических и политических проблем традиционными методами. Европейские революции 1848-49 гг. Состояние восточного вопроса. Причины, этапы и ход Крымской войны. Российская культура в пер. пол. XIX в. Внутреннее и международное положение России в сер. XIX в. Содержание и характер крестьянской реформы. Сельское хозяйство после реформы 1861 г. Новый этап в гражданском "раскрепощении". Новое земское и городское положения. Политика в области просвещения и цензуры. Общественное движение в 80 - нач. 90-х гг. XIX в. Внешняя политика России в пореформенный период. Восточный вопрос. А. Горчаков. Россия и объединение Германии. Борьба за пересмотр условий Парижского мирного договора. "Союз трех императоров". Отношения России с Китаем, Японией и США. Присоединение к России Средней Азии. Оформление франко-русского союза. Русская культура XIX в.

Раздел 7. Россия и мир в XX вв.

Причины и последствия событий 25 октября 1917 г. Гражданская война и интервенция, их результаты и последствия. Российская эмиграция. Социально-экономическое развитие страны в 20-е гг. НЭП. Формирование однопартийного политического режима. Образование СССР. Культурная жизнь страны в 20-е гг. Внешняя политика. Курс на строительство социализма в одной стране и его последствия. Социально-экономические преобразования в 30-е гг. СССР накануне и в начальный период второй мировой войны. Великая Отечественная война. Социально-экономическое развитие, общественно-

политическая жизнь, культура, внешняя политика СССР в послевоенные годы. Холодная война. Попытки осуществления политических и экономических реформ. СССР в середине 60-80-х гг.: нарастание кризисных явлений. Советский Союз в 1985-1991 гг. Постсоветский период в истории России. Перестройка. Распад СССР. Октябрьские события 1993 г. Становление новой российской государственности (1993-99 гг.).

Раздел 8. Россия и мир в начале XXI вв.

Россия на пути радикальной социально-экономической модернизации. Культура в современной России. Внешнеполитическая деятельность в условиях новой геополитической ситуации.

Раздел 9. Мировая история в начале XXI вв.

Ключевые мировые события в оценке современной исторической школы

Раздел 10. Новейшая история России

Ключевые отечественные события в оценке современной исторической школы

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.О.09 Иностранный язык

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Иностранный язык» является: формирование и развитие у студентов определяемых Государственным образовательным стандартом компетенций, необходимых для решения профессиональных задач в условиях иноязычной коммуникации

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Иностранный язык» Б1.О.09 является дисциплиной обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Иностранный язык» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

- Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1)
- Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Биография.

Описание внешности человека. Составление автобиографии. Грамматика: Порядок слов в предложении. Виды вопросов. Времена группы Present и Past.

Раздел 2. Здоровье.

Организация выходного и рабочего дня. Физическое воспитание. Спортивные и культурные увлечения. Грамматика: времена группы Future. Порядок слов в предложении. Виды вопросов.

Раздел 3. Экология

Климат, погода. Проблемы и охрана окружающей среды. Техногенные и экологические катастрофы, защита от их последствий. Грамматика : активный и пассивный залог.

Раздел 4. Закон и порядок.

Права человека. Государственное устройство России и стран изучаемого языка. Грамматика - согласование времен. Косвенная речь.

Раздел 5. Путешествия.

Страны изучаемого региона и их туристические достопримечательности. Поездка на общественном городском транспорте. Грамматика: сослагательное наклонение.

Раздел 6. Покупки.

Покупки. Покупка товаров общего потребления и продуктов питания. Грамматика: сравнительные степени прилагательных.

Раздел 7. Национальная кухня.

Особенности национальной кухни в России и странах изучаемого региона. Грамматика: существительное. Определенный и неопределенный артикль. Артикль с именами собственными. Множественное число существительных.

Раздел 8. Традиции стран изучаемого языка.

Традиции стран изучаемого языка. Праздники и обычаи в России и стране изучаемого языка. Грамматика: модальные глаголы.

Общая трудоемкость дисциплины

432 час(ов), 12 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет, Экзамен

Б1.О.10 Русский язык и культура речи

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Русский язык и культура речи» является:

формирование современной языковой личности. Студенты должны получить теоретические и практические сведения о современном русском литературном языке. Курс «Русский язык и культура речи» направлен на повышение общей речевой культуры будущих специалистов.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Русский язык и культура речи» Б1.О.10 является дисциплиной обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Русский язык и культура речи» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1)
- Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Культура речи

Теоретические основы культуры речи. Аспекты культуры речи. Понятие нормы. Произносительные, лексические, грамматические, стилистические и правописные (орфографические и пунктуационные) нормы. Лингвистические словари.

Раздел 2. Стилистика

Функциональные стили (научный, публицистический, официально-деловой, разговорный, художественный). Выразительные средства языка.

Раздел 3. Деловой русский язык

Особенности и нормы официально-делового стиля речи. Служебные документы. Деловое письмо. Реклама в деловой речи. Служебно-деловое общение: деловые переговоры, интервью, презентации. Деловой этикет.

Раздел 4. Риторика

Риторика как наука и учебный предмет. Формы и уровни речевого общения. Основные единицы общения. Оратор и его аудитория. Подготовка речи и публичное выступление.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.11 Цифровые коммуникации

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Цифровые коммуникации» является: изучение технологий цифровых коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Цифровые коммуникации» Б1.О.11 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Введение в коммуникационные специальности».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Специфика цифровых коммуникаций

Сущность, содержание и особенности цифровых коммуникаций. Проблема этики в цифровой среде.

Раздел 2. Технологии цифровых коммуникаций

Эволюция цифровых технологий. Современные технические средства коммуникаций. Методы создания и продвижения контента. Интернет-реклама. Инструменты онлайн-коммуникаций.

Раздел 3. Цифровые коммуникации в коммерческой, политической и общественной сферах

Продвижение бизнеса в цифровой среде. Цифровизация государственных органов. Цифровые технологии в реализации социально-значимых проектов.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.12 Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» является:

Дать представление о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях для получения первичного опыта работы с информационными технологиями и базами данных в процессе создания коммуникационного продукта

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» Б1.О.12 является базовой дисциплиной цикла учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Информационные технологии в прикладных коммуникациях

Понятие информационных технологий, их свойства. Общая характеристика процессов сбора, передачи и накопления информации. Понятие коммуникации. Роль информационных технологий в коммуникациях предприятия

Раздел 2. Платформа в информационных технологиях. Программное обеспечение.

Понятие платформы, компоненты платформы, совместимость платформ, принцип

"открытой архитектуры". Современные цифровые устройства и прикладные программы в профессиональной деятельности.

Раздел 3. Прикладное программное обеспечение в сфере рекламы и связи с общественностью.

Данные, виды данных, представление данных. Обработка данных. Приложения для работы с текстовыми, числовыми и графическими данными. Мультимедиа.

Раздел 4. Основные понятия базы данных и СУБД. Этапы проектирования базы данных.

Понятие базы данных. Виды баз данных. Реляционные базы данных. Системы управления базами данных. Жизненный цикл баз данных. Этап проектирования базы данных.

Раздел 5. Создание баз данных

Создание таблиц и их связывание. Создание интерфейса базы данных. Создание запросов. Автоматизация работы базы данных.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.13 Безопасность жизнедеятельности

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является:

формирование профессиональной культуры безопасности, предполагающей готовность и способность выпускника использовать приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности и в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; формирование нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и противодействия им в профессиональной и повседневной деятельности; получение знаний, умений и навыков, необходимых для становления обучающихся вузов в качестве граждан способных и готовых к выполнению воинского долга и обязанности по защите своей Родины в соответствии с законодательством РФ

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» Б1.О.13 является дисциплиной обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов (УК-8)
 - Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности (УК-10)
-

Содержание дисциплины

Раздел 1. Общевоинские уставы ВС РФ

Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание. Внутренний порядок и суточный наряд. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы

Раздел 2. Строевая подготовка

Строевые приемы и движение без оружия

Раздел 3. Огневая подготовка из стрелкового оружия

Основы, приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия

Раздел 4. Основы тактики общевойсковых подразделений

Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи. Тактико-технические характеристики основных образцов вооружения и техники ВС РФ. Основы общевойскового боя. Основы инженерного обеспечения. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника

Раздел 5. Радиационная, химическая и биологическая защита

Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие. Радиационная, химическая и биологическая защита

Раздел 6. Военная топография

Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказания по карте

Раздел 7. Основы медицинского обеспечения

Медицинское обеспечение войск (сил), первая медицинская помощь при ранениях, травмах и особых случаях

Раздел 8. Военно-политическая подготовка

Россия в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны

Раздел 9. Правовая подготовка

Военная доктрина РФ. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы

Раздел 10. Опасности в сфере профессиональной деятельности, при угрозе возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

Физические негативные факторы и защита от их воздействия: вибрация, шум, инфразвук, ультразвук, электромагнитные излучения, тепловые излучения, лазерное излучение, ультрафиолетовые излучения, ионизирующие излучения, электрический ток и статическое электричество, механические факторы и факторы комплексного характера. Биологические негативные факторы; химические негативные факторы (вредные вещества). Опасные факторы при угрозе возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

Раздел 11. Методы оценки опасностей в сфере профессиональной деятельности и прогнозирование последствий в чрезвычайных ситуациях

Инструментальный контроль основных параметров производственной среды: микроклимат, уровень аэроионного состава воздуха, освещенность, зашумленность. Исследование опасностей трехфазных сетей переменного тока. Прогнозирование последствий аварий на взрывоопасных, химических и радиационных промышленных объектах. Первая помощь при остановке сердца (базовая реанимация)

Раздел 12. Безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества

Законодательство РФ о защите окружающей среды, промышленной безопасности, пожарной безопасности и чрезвычайных ситуациях. Экологическая безопасность в повседневной жизни и в профессиональной деятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества

Раздел 13. Правовые нормы противодействия экстремизму, терроризму и алгоритмы действий при террористической угрозе

Сущность проявления экстремизма и терроризма. Терроризм в XXI веке. Основные факторы, обуславливающие возникновение терроризма в Российской Федерации. Система противодействия терроризму в Российской Федерации. Рекомендации гражданам от Национального антитеррористического комитета и ФСБ России при террористической угрозе. Алгоритмы действий при террористической угрозе

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.14 Введение в коммуникационные специальности

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Введение в коммуникационные специальности» является:

ознакомление студентов с общими основами профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью. Дисциплина должна обеспечивать формирование у будущих специалистов представлений о процессе становления рынка рекламы и связей с общественностью, его особенностях,

основных тенденциях развития профессии, а также создавать необходимую базу для успешного овладения последующими специальными дисциплинами учебного плана. Эти цели достигаются на основе интенсификации и индивидуализации процесса обучения путём внедрения и эффективного использования достижений современной коммуникативистики. В результате изучения дисциплины у студентов должны сформироваться знания, умения и навыки, позволяющие проводить самостоятельный анализ сложных проблем коммуникативного производства в организации. Изучая эту дисциплину, студенты познают общие принципы и алгоритмы осуществления функций специалистов по рекламе и связям с общественностью. Приобретенные студентами знания и навыки необходимы для дальнейшего детального изучения основ профессионального мастерства и осуществления на практике рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» Б1.О.14 является базовой дисциплиной цикла учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Введение в коммуникационные специальности» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теория и практика коммуникативных специальностей в историческом развитии

Анализ профессионального рынка СО и рекламы

Раздел 2. Направления PR-деятельности

Исторический экскурс в генезис и эволюцию профессиональной сферы

Раздел 3. Принципы и функции PR

Изучение основных направлений деятельности специалиста по СО и рекламе, основных функций и целей профессиональной деятельности

Раздел 4. Методы PR-деятельности

Отечественный и зарубежный рынок СО услуг и рекламы

Раздел 5. Этапы развития общественных кампаний

Сегментация рынка профессиональных услуг; факторы, определяющие тенденции

развития рынка рекламы и СО

Раздел 6. Организация рекламной деятельности

Искусство специалиста по рекламе и СО, этапы формирования и направления совершенствования

Раздел 7. современные коммуникационные профессии

виды современных коммуникационных профессий

Раздел 8. современные коммуникационные профессии (ч.2)

виды современных коммуникационных профессий

Раздел 9. рынок коммуникационных профессий

российский и зарубежный рынок коммуникационных профессий

Раздел 10. рынок коммуникационных профессий (часть2)

российский и зарубежный рынок коммуникационных профессий

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.О.15 Основы теории коммуникации

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Основы теории коммуникации» является: изучение проблем коммуникации. Дисциплина «Основы теории коммуникации» должна обеспечивать формирование фундамента подготовки будущих специалистов в области «Рекламы и связей с общественностью», а также создавать необходимую базу для успешного овладения последующими специальными дисциплинами учебного плана. Она должна способствовать развитию творческих способностей студентов, умению формулировать и решать задачи изучаемой специальности, умению творчески применять и самостоятельно повышать свои знания. Эти цели достигаются на основе фундаментализации, интенсификации и индивидуализации процесса обучения путём внедрения и эффективного использования достижений коммуникативистики. В результате изучения дисциплины у студентов должны сформироваться знания, умения и навыки, позволяющие проводить самостоятельный анализ коммуникационных процессов.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы теории коммуникации» Б1.О.15 является базовой дисциплиной цикла учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Основы

теории коммуникации» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Предмет теории коммуникации

Теоретические модели коммуникации. Цели и функции коммуникации. коммуникативные модели.

Раздел 2. Информация: определение и теоретические подходы.

Информация в коммуникативистике. Теория информационного обмена. Формы передачи информации

Раздел 3. Коммуникация как процесс и структура.

Коммуникативный процесс и его составляющие: производство информации, распространение, прием и использование. Классическая модель коммуникации. Стандартная модель коммуникации.

Раздел 4. Типы коммуникации

Особенности интраперсональной, личностной, межличностной, групповой, массовой, межкультурной, визуальной, PR-коммуникаций.

Раздел 5. Массовая коммуникация

Теории массовой коммуникации. Многоступенчатая модель массовой коммуникации. Модели массовой коммуникации. Функции средств массовой коммуникации.

Раздел 6. Фигура коммуникатора

Коммуникативная личность и коммуникативная компетентность. индивидуальное и институциональное в коммуникаторе. Типы коммуникаторов: ключевой коммуникатор, лидер мнений.

Раздел 7. Аудитория коммуникации

Аудитория: понятие, классификация. Факторы, влияющие на восприятие информации.

Раздел 8. Манипуляция в системе коммуникации

Понятие "манипуляция". Использование манипулятивных технологий в коммуникативном процессе. Ролевые и манипулятивные классификации. Этическая составляющая манипулятивной коммуникации.

Раздел 9. Имидж в системе коммуникации.

Содержание понятия "имидж". Основные типы имиджей. Формирование имиджа как процесс коммуникации.

Раздел 10. Роль игры в коммуникационной деятельности.

Понятие "игры" как творческой деятельности. "Теория ролей" Э.Берна. Типизация игровой деятельности. Соотношение игровой и коммуникационной деятельности. Коммуникационные роли.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.16 Деловые и межличностные коммуникации

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Деловые и межличностные коммуникации» является:

формирование целостного представления о процессе, специфике, параметрах и закономерностях деловых и межличностных коммуникаций, комплексное изучение социально-психологических установок и личностных характеристик человека, относящихся к регуляции его социального поведения в процессе делового и межличностного общения, а также усвоение основных психологических закономерностей, влияющих на эффективность профессионального управленческого решения.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Деловые и межличностные коммуникации» Б1.О.16 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Логика и теория аргументации»; «Основы теории коммуникации»; «Психология».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)
 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4)
-

Содержание дисциплины

Раздел 1. Общение как социально-психологическая категория. Общение и коммуникация
Общение и коммуникация: сравнительный анализ понятий. Общение как коммуникация и взаимодействие. Основные понятия, классификации и теории коммуникации. Средства, каналы и аудитория коммуникации. Виды коммуникации: познавательная, экспрессивная, убеждающая, суггестивная, ритуальная. Функции и виды общения. Коммуникативная, перцептивная, интерактивная стороны общения. Вербальные и невербальные средства общения. Механизмы межличностной перцепции.

Раздел 2. Деловая и межличностная коммуникация как процесс

Структура и модели коммуникативного процесса. Цели, функции и формы деловых и межличностных коммуникаций. Деловые коммуникации в группах. Виды коммуникативных потоков в организации. Процессы организации и управления групповой работы. Характеристика основных стилей руководства. Деловые переговоры и совещания: стили и специфика проведения. Межгрупповые отношения и взаимодействия. Факторы, повышающие эффективность деловых и межличностных коммуникаций.

Раздел 3. Коммуникатор и коммуникант: анализ взаимодействия

Проявления индивидуально-психологических особенностей в процессе деловых и межличностных коммуникаций. Классификации коммуникативных личностей и стилей коммуникации и их роль в деловой коммуникации. Социально-психологическая характеристика деловых и личных взаимоотношений. Ролевое поведение в деловом и межличностном общении. Взаимодействие в деловой сфере, коммуникативная компетентность. Модели, методы и техники самопрезентации. Техники рефлексивного и нерефлексивного слушания. Техники влияния, аргументации и контраргументации, манипулятивные техники. Этика и нормы деловых коммуникаций. Универсальные этические принципы и особенности их проявления в практике деловых коммуникаций. Особенности выстраивания межкультурной коммуникации.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.17 Теория и практика связей с общественностью

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» является:

изучение базовых понятий, принципов и функций связей с общественностью. Дисциплина должна обеспечивать формирование фундамента подготовки будущих специалистов в области связей с общественностью, а также, создавать необходимую базу для успешного овладения последующими специальными дисциплинами учебного плана. Она должна способствовать развитию творческих способностей студентов, умению формулировать и решать задачи изучаемой

специальности, умению творчески применять и самостоятельно повышать свои знания. В результате изучения дисциплины у студентов должны сформироваться знания, умения и навыки, необходимые для дальнейшего развития в профессиональной сфере. Дисциплина является первой дисциплиной, в которой студенты изучают средства связей с общественностью. Она находится на стыке дисциплин, обеспечивающих базовую и специальную подготовку студентов.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» Б1.О.17 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Введение в коммуникационные специальности».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Связи с общественностью как область знаний и вид деятельности

Связи с общественностью в системе социально-гуманитарного знания. Образование в сфере СО. Связи с общественностью как профессия. Профессиограмма специалиста по связям с общественностью. Основные принципы, задачи, личные и профессиональные качества специалиста по связям с общественностью. Основные направления деятельности агентств, специализирующихся на услугах по СО. Хартии деятельности СО специалиста. Основные термины по дисциплине.

Раздел 2. Связи с общественностью: история и современность

Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью. Исторические этапы становления СО в США и Западной Европе. Характеристика четырех моделей публик рилейшнз. Периодизация развития публик рилейшнз в современной России. Сферы публик рилейшнз. Современный российский рынок по связям с общественностью.

Раздел 3. Связи с общественностью в бизнесе

Основные задачи специалистов по связям с общественностью в сфере бизнеса. Служба по связям с общественностью в коммерческих структурах. Понятия «корпоративный имидж» и «деловая репутация». Социальная ответственность бизнеса.

Раздел 4. Общественность в сфере публик рилейшнз

Понятие общественности Типология групп общественности Определение целевых групп общественности Приоритетные группы общественности Общественность и ее мнение

Раздел 5. сущность связей с общественностью

Основные категории связей с общественностью.

Раздел 6. сущность связей с общественностью (ч.2)

Основные категории связей с общественностью.

Раздел 7. содержание связей с общественностью

Субъекты и объекты деятельности по связям с общественностью.

Раздел 8. содержание связей с общественностью (ч.2)

Субъекты и объекты деятельности по связям с общественностью.

Раздел 9. виды связей с общественностью

классификации СО

Раздел 10. виды связей с общественностью (ч.2)

классификации СО

Раздел 11. функции связей с общественностью

основные функции СО

Раздел 12. функции связей с общественностью (ч.2)

основные функции СО

Раздел 13. тенденции СО

современные тенденции СО

Раздел 14. тенденции СО (ч.2)

современные тенденции СО

Раздел 15. тенденции СО (ч.3)

современные тенденции СО

Раздел 16. рынок СО

анализ рынка СО

Раздел 17. рынок СО (ч.2)

анализ рынка СО

Общая трудоемкость дисциплины

216 час(ов), 6 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет, Экзамен. Курсовая работа

Б1.О.18 Теория и практика рекламы

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Теория и практика рекламы» является: изучение рекламной деятельности. Дисциплина должна обеспечивать формирование фундамента подготовки будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью, а также, создавать необходимую базу для успешного овладения последующими специальными дисциплинами учебного плана. Она должна способствовать развитию творческих способностей студентов, умению формулировать и решать задачи изучаемой специальности, умению творчески

применять и самостоятельно повышать свои знания. Эти цели достигаются на основе фундаментализации, интенсификации и индивидуализации процесса обучения путём внедрения и эффективного использования достижений студентов. В результате изучения дисциплины у студентов должны сформироваться знания, умения и навыки, позволяющие проводить самостоятельный анализ рекламной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Теория и практика рекламы» Б1.О.18 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Введение в коммуникационные специальности».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4)
- Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПКО-1)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Реклама и общество

Определение понятия реклама. Реклама и общество. Роль рекламы в основных сферах жизни современного общества.

Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Маркетинг как принцип хозяйственной деятельности. Комплекс маркетинг-микс. Система маркетинговых коммуникаций как элемент комплекса маркетинга. ATL и BTL-коммуникации. Характеристика основных средств маркетинговых коммуникаций: рекламы, публич рилейшнз, стимулирования сбыта и прямого маркетинга. Цели и функции рекламы как средства маркетинговых коммуникаций. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Раздел 3. Средства распространения рекламы

Критерии выбора и оценки средств распространения рекламы. Основные средства распространения рекламы. Телевидение как средство распространения рекламы. Формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения телерекламы. Реклама на радио: формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения. Реклама в прессе: формы, преимущества и

недостатки, особенности создания и возможности применения. Печатная и сувенирная реклама: формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения.

Раздел 4. Основы разработки рекламных обращений

Понятие рекламного обращения. Основные этапы процесса разработки и производства рекламного обращения. Модели рекламного воздействия. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации.

Раздел 5. Реклама как коммуникационный акт.

Реклама как средство продвижения.

Раздел 6. Общие требования к рекламе.

Понятие целевой аудитории.

Раздел 7. Классификация рекламы.

Критерии классификации: по охвату территории, по средствам распространения, по функциям и целям и др. Основные виды рекламы: коммерческая, социальная и политическая.

Раздел 8. Сегментирование рынка.

Критерии сегментирования.

Раздел 9. Позиционирование.

Схема позиции.

Раздел 10. Критерии выбора конкретного медианосителя.

Схема медианосителей

Раздел 11. Основные этапы процесса разработки и производства рекламного обращения.

Основные этапы процесса разработки и производства рекламного обращения.

Раздел 12. Реклама как коммуникационный акт.

Реклама как коммуникационный акт.

Раздел 13. Реклама и общество.

Реклама и общество.

Раздел 14. Реклама и общество.

Реклама и общество.

Раздел 15. Роль рекламы в основных сферах жизни современного общества.

Роль рекламы в основных сферах жизни современного общества.

Раздел 16. Роль рекламы в основных сферах жизни современного общества.

Роль рекламы в основных сферах жизни современного общества.

Раздел 17. Классификация рекламы.

Классификация рекламы.

Раздел 18. Классификация рекламы.

Классификация рекламы.

Раздел 19. Модели рекламного воздействия. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации.

Модели рекламного воздействия. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации.

Раздел 20. Модели рекламного воздействия. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации.

Модели рекламного воздействия. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной

аргументации.

Общая трудоемкость дисциплины

252 час(ов), 7 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет, Экзамен. Курсовая работа

Б1.О.19 Теория и практика медиакоммуникаций

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций» является:

готовность осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе производства и потребления массовой информации

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» Б1.О.19 является одной из дисциплин обязательная часть учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Введение в коммуникационные специальности»; «Основы теории коммуникации».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Коммуникация и общественные институты. Основные теории медиа. Анализ современных СМИ.

Общая классификация теорий медиа. Эмпирико-функционалистская группа теорий. Лингвистическая группа теорий. Политэкономическая теория. Критическая теория.

Раздел 2. Анализ современных СМИ и новых медиа

Специфика функционирования современных СМИ. Язык СМИ. Фильтрация информации в СМИ.

Раздел 3. Основные теории медиа

Общая классификация теорий медиа. Эмпирико-функционалистская группа теорий. Лингвистическая группа теорий. Политэкономическая теория. Критическая теория.

Раздел 4. Новые медиа

Специфика интернет-контента. Особенности восприятия интерактивного контента. Проблемы безопасности новых медиа.

Общая трудоемкость дисциплины

216 час(ов), 6 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет, Экзамен

Б1.О.20 Интегрированные коммуникации

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Интегрированные коммуникации» является:

изучение технологий интегрированных коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Интегрированные коммуникации» Б1.О.20 является одной из дисциплин обязательной части цикла учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Введение в коммуникационные специальности».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

В соответствии с ФГОС:

- Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие интегрированных коммуникаций

Сущность и содержание интегрированных коммуникаций

Раздел 2. Эволюция интегрированных коммуникаций

Этапы эволюции интегрированных коммуникаций

Раздел 3. Технологии интегрированных коммуникаций

Создание и применение технологий интегрированных коммуникаций

Раздел 4. Типология интегрированных коммуникаций

классификация интегрированных коммуникаций

Раздел 5. Вариации интегрированных коммуникаций

разновидности интегрированных коммуникаций

Раздел 6. Содержание интегрированных коммуникаций

структурное содержание интегрированных коммуникаций

Раздел 7. Тенденции интегрированных коммуникаций

основные тенденции интегрированных коммуникаций

Раздел 8. Современные интегрированные коммуникации

основные современные интегрированные коммуникации

Раздел 9. Современные интегрированные коммуникации (ч.2)

основные современные интегрированные коммуникации

Раздел 10. Современные интегрированные коммуникации (ч.3)

основные современные интегрированные коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.21 Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» является:

изучение основ правового регулирования связей с общественностью и рекламы.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» Б1.О.21 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Политология».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)
 - Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности (УК-10)
-

Содержание дисциплины

Раздел 1. Правовое регулирование связей с общественностью

Понятие и сущность правового регулирования связей с общественностью

Раздел 2. Правовое регулирование рекламы

Понятие и сущность правового регулирования рекламы

Раздел 3. Тенденции правового регулирования рекламы и связей с общественностью

Этапы эволюции правового регулирования связей с общественностью и рекламы

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.О.22 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» является:

научить молодых людей с любовью и уважением относиться к делу, которое

они избрали в качестве профессии

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» Б1.О.22 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как .

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Предмет, метод, актуальность изучения этического регулирования профессиональной деятельности.

Определение нравственности, морали, этики, профессиональной этики. Значение понятийного аппарата в этике. Актуальность изучения профессиональной этики.

Раздел 2. История этической мысли.

Очерк развития нравственных норм, моральных принципов, этических понятий. Осевое время. Аристотель, Спиноза, Кант, Гегель.

Раздел 3. Основные этические понятия: добро, свобода.

Понимание добра в античности, в средние века, в новое время. Значение свободы. Детерминизм и волюнтаризм. Свобода положительная и отрицательная.

Раздел 4. Основные этические понятия: долг, достоинство, честь, справедливость, совесть.

Понимание долга в античности, в средние века, в новое время. Достоинство личности. Сословная и профессиональная честь. Развитие понятий о справедливости. Определение совести.

Раздел 5. Профессия в свете этических понятий.

Определение профессии. Социально-исторические условия возникновения профессий. Выбор профессии и система ценностей. Профессионализм и самореализация.

Раздел 6. Личность в профессии: специальные навыки, деловые качества, карьера, деловая репутация.

Личные задатки и профессия. Профессионально-технические навыки. Деловые качества: исполнительность, добросовестность, пунктуальность, культура общения, отзывчивость. Карьера и деловая репутация.

Раздел 7. Экономический и политический аспекты профессиональной этики.

Отраслевая структура экономики, степень интеграции в глобальную экономику,

востребованные деловые качества. Политический режим и этика. Трудовое законодательство, практика правоприменения.

Раздел 8. Социальный и культурный аспекты профессиональной этики.

Семейное воспитание, дружба, мода. Идеал в профессиональном самосознании.

Профессионально-этические темы в искусстве. Нравственный потенциал кинематографа и литературы. Мистицизм и прагматизм. Религиозная регламентация трудовой деятельности. Протестантская этика и становление капиталистических отношений.

Раздел 9. Этическое регулирование связей с общественностью.

Личная этическая культура работника в области связей с общественностью. Этическая культура организации. Этическая культура общественности. Соотношение личных, корпоративных, общественных ценностей при выстраивании связей с общественностью. Этические кодексы специалистов по связям с общественностью.

Раздел 10. Этическое регулирование рекламной деятельности.

Этическая культура заказчиков, создателей, распространителей рекламы. Этическая культура потребительской аудитории. Коммерческий и социальный аспекты рекламы. Этические кодексы специалистов по рекламе.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.23 Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» является:

овладение методами анализа речевых и письменных коммуникаций, а также практикой их применения в рекламной и медийной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» Б1.О.23 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Русский язык и культура речи».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основные понятия теории речевой коммуникации

Формы, типы и характеристики речевой деятельности.

Раздел 2. Психолингвистические аспекты речевой коммуникации

Психологические и семиотические характеристики художественного текста.

Раздел 3. Речевые практики в рекламной деятельности.

Классификация технологий и факторов речевого воздействия в рекламных коммуникациях.

Раздел 4. PR-текст как форма коммуникации.

Видовое и жанровое разнообразие PR-текстов: сущностные и типологические особенности.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.24 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является:

формирование у студентов системных научных фундаментальных знаний в области теории и практики современного менеджмента.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» Б1.О.24 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких

дисциплин, как «Психология»; «Экономика».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение. Основные концепции менеджмента

Менеджмент и рыночная экономика. История менеджмента и его концепций (Макс Вебер, Фредерик Тейлор, Анри Файоль. Питер Друкер и др.). Классический менеджмент: административная школа, научный менеджмент, структуралистская школа.

Неоклассический подход к менеджменту: школа человеческих отношений, поведенческая школа. Современные подходы к теории менеджмента: системный, ситуационный, организационное развитие. Особенности российского менеджмента.

Раздел 2. Принципы, цели и функции управления.

Принципы управления. Системный подход к управлению. Внутренняя и внешняя среда организации. Принцип единоначалия, делегирование ответственности, полномочия. Цели организации. Формулирование и структуризация целей. Связь целей с основными управленческими функциями. Управленческий цикл. Средства и методы управления.

Раздел 3. Информационные потоки и эффективность системы управления. Власть в организации. Эффективность управления.

Информационные потоки. Понятие информационного потока. Внешние информационные потоки. Внутренние потоки информации. Диагностика внутренних потоков информации. Влияние информационных потоков на структуру управления. Информационные системы управления в организации. Власть и влияние в организации. Эффективность управления. Ресурсы. Качество и эффективность управления. Критерии и методы оценки эффективности управления.

Раздел 4. Коммуникации в организациях. Мотивация и системы вознаграждения.

Основы межличностного взаимодействия. Диалог, как основная форма межличностного взаимодействия. Модель эффективного диалога. Коммуникативные навыки персонала и принципы эффективной коммуникации. Межличностная обратная связь. Мотивация. Содержательные теории мотивации. Теория приобретенных потребностей McClelland. Теория иерархии потребностей по А. Maslow. Теория двух факторов Герцберга. Процессуальные теории мотивации. Теория справедливости. Теория ожиданий. Системы вознаграждения и порицания в организациях. Принципы справедливости в системах вознаграждения.

Раздел 5. Роли менеджера в организации. Стили управления (ситуативное лидерство)

Лидерство. Теории лидерства и типология лидеров. Стили лидерства. Концепция ситуативного лидерства по Бленчарду. Диагностика стилевой гибкости и эффективности. Роли менеджера. Архетипы эффективного и неэффективного менеджера. Диагностика и типология ролей менеджера по Р. Куину. Ролевой репертуар эффективного менеджера. Связь роли с уровнем и стилем управления.

Раздел 6. Создание эффективных команд и развитие рабочих отношений.

ОХарактеристики эффективной команды. Роли людей в командах. Групповая динамика и этапы развития команды. Согласование индивидуальных и групповых целей. Принципы создания и стадии развития рабочих отношений. Управление индивидуальными различиями. Типология «трудных» людей в организации.

Раздел 7. Управленческие решения

Цели организации. Способы формулировки цели. Глобальная цель. Формальные и реальные цели. Структуризация целей для выделения текущих и перспективных задач. Декомпозиция глобальной цели. Критерии достижения цели и их шкалы. Построение дерева цели. Цели организации, ее подразделений и цели персонала. Управление в условиях несовпадения ценностей, целей и интересов участников управленческого процесса в организации. Особенности декомпозиции глобальной цели управления в иерархических организациях. Задачи управления и их отличие от цели. Траектория достижения цели

Раздел 8. Функции управления и функциональная структура организации

Понятие функции управления. Функциональная структура организации. Связь целей с основными управленческими функциями. Большой и малый циклы выполнения управленческих функций. Анализ функциональной структуры предприятия. Построение дерева функций. Особенности внедрения новой функциональной структуры в организации.

Раздел 9. Организационная структура и организационный дизайн

Организационная структура и организационный дизайн. Понятие организационной структуры. Основные типы управленческих подразделений. Норма управляемости. Линейная организационная структура. Функциональная организационная структура. Линейно-функциональная организационная структура. Дивизионная организационная структура. Матричная организационная структура. Полужесткие организационные структуры - программная структура и продуктовая структура. Гибкие организационные структуры. Концепции организационного развития. Подходы к построению организационной структуры. Реакция личности и организации на нововведения. Проблема сопротивлений изменениям, их причины и формы сопротивления в организациях. Предельно возможные изменения. Организационный стресс. Инновационные процессы в организациях. Факторы, вызывающие организационный стресс, и способы его предотвращения. Действия руководства способные ослабить сопротивление нововведениям при их внедрении.

Раздел 10. Организационная культура

Ценности организации и ценности персонала. Цели организации и цели персонала. Управление в условиях несовпадения ценностей, целей и интересов. Организационные нормы, традиции, ритуалы и социально-психологический климат. Организационные инерция и восприимчивость. Типология организационных культур. Связь организационной культуры и стилей управления.

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.О.25 Социология в рекламе и связях с общественностью

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Социология в рекламе и связях с общественностью» является:

Подготовка профессионалов, способных анализировать и планировать работу средств массовой информации с учетом особенностей коммуникационной среды массового общества.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Социология в рекламе и связях с общественностью» Б1.О.25 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Социология».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в учебную дисциплину

Роль социологии в решении вопросов профессиональной деятельности PR-специалиста. Развитие исследований рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом. Социологические теории изучения рекламы и связей с общественностью.

Раздел 2. Объекты социологического анализа рекламы и связей с общественности

Реклама и связи с общественностью как социальные институты и виды массово-коммуникативная деятельность. Структура деятельности. Субъекты и объекты деятельности.

Раздел 3. Методы социологического исследования объектов рекламы и связей с общественностью

Понятие и виды социологического исследования. Методы социологического исследования, их сущность и предназначение.

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен. Курсовая работа

Б1.О.26 Психология рекламы и связей с общественностью

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» является:

формирование системного представления о природе психических явлений и психологических закономерностях процессов массовых коммуникаций, рекламы и связей с общественностью, восприятия информации. Дисциплина знакомит студентов с психологической спецификой, методами и технологиями информационного взаимодействия, обучает умению анализировать информацию, помогает выработать индивидуальный стиль взаимодействия с современными средствами и субъектами массовых коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Психология рекламы и связей с общественностью» Б1.О.26 является дисциплиной обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы психологии рекламы и СО

Основные парадигмы массовых коммуникаций, мотивы обращения к СМИ, барьеры коммуникаций и средства фасцинации

Раздел 2. Мотивационные и аффективные аспекты рекламы и СО

Мотивационные теории (психоаналитические теории Фрейда, Юнга, теория потребностей Маслоу), массовидные явления (массовая паника, массовая агрессия, массовые настроения), эмоции в рекламе (влияния цвета, формы, юмора)

Раздел 3. Когнитивные и социально-психологические аспекты рекламы и СО

Когнитивные аспекты МК (восприятие, внимание, память, мышление), стереотипы и социально-психологические эффекты

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.О.27 Организация и проведение коммуникационных кампаний

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний» является:

Изучение технологии организации и проведения коммуникационных кампаний.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Организация и проведение коммуникационных кампаний» Б1.О.27 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Теория и практика медиакоммуникаций».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-4)
- Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие коммуникационной кампании
Сущность и содержание коммуникационной кампании

Раздел 2. Этапы коммуникационной кампании
Классификация этапов коммуникационной кампании и содержание деятельности

Раздел 3. Планирование коммуникационной кампании
Понятие и структура коммуникационной кампании

Раздел 4. Оценка эффективности коммуникационной кампании
Понятие эффективности коммуникационной кампании. Критерии эффективности.

Раздел 5. Организация рекламной деятельности
Особенности организации рекламной деятельности

Раздел 6. Технологии воздействия рекламы на различных носителях
Основные технологии

Раздел 7. Направления PR-деятельности.
Основные направления

Раздел 8. Технологии PR: определение понятия и области его применения
Области применения СО

Раздел 9. Анализ СО-кампаний
Разнообразный анализ

Раздел 10. Современные СО-кампании
Основные современные СО-кампании

Раздел 11. Зарубежные СО-кампании
Основные зарубежные СО-кампании

Раздел 12. Отечественные СО-кампании
Основные отечественные СО-кампании

Раздел 13. Подготовительный этап СО-кампаний
Содержание этапа

Раздел 14. Бюджет СО-кампаний
Вариации бюджета

Раздел 15. Реализация СО-кампаний
Особенности реализации

Раздел 16. Оценка эффективности СО-кампаний
Способы оценки эффективности

Раздел 17. Особенности коммуникационных кампаний (ч.1)
Основные особенности

Раздел 18. Особенности коммуникационных кампаний (ч.2)
Основные особенности

Раздел 19. Технологии СО-кампаний (ч.1)
Основные технологии

Раздел 20. Технологии СО-кампаний (ч.2)
Основные технологии

Общая трудоемкость дисциплины

216 час(ов), 6 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет, Экзамен

Б1.О.28 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» является:

формирование целостного представления о технологиях проектирования маркетинговых коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» Б1.О.28 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Теория и практика связей с общественностью».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-4)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Принципы проектного управления

Понятие проекта и его основные характеристики. Проект от концептуальной идеи до инструментального оснащения.

Раздел 2. Инструментарий и ресурсы в проектировании

Бриф: структура и функции. Оценка конкурентных преимуществ. Анализ целевой аудитории.

Раздел 3. Креативная составляющая проектных решений

Креативность в современном бизнесе. Техника креативного мышления. Творческие стратегии в рекламе.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Б1.О.29 Физическая культура и спорт

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Физическая культура и спорт» 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 жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Физическая культура и спорт» Б1.О.28 является дисциплиной обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Физическая культура и спорт» основывается на базе знаний, умений и компетенций, полученных студентами в ходе освоения школьных курсов.

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы физической культуры

Физическая культура в профессиональной подготовке студентов и социокультурное развитие личности студента. Социально-биологические основы физической культуры. Основы здорового образа жизни и его отражение в профессиональной деятельности. Общая физическая и спортивная подготовка студентов в системе физического воспитания. Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями и самоконтроль в процессе занятий. Профессионально-прикладная физическая подготовка будущих специалистов

Раздел 2. Базовый комплекс упражнений по общей физической подготовке

Комплексы упражнений общей физической подготовки тренировочной направленности: общее оздоровление организма; поддержание спортивной формы на определенном уровне; комплексное развитие физических качеств; комплексная проработка мышечных групп

Раздел 3. Основные разделы физической подготовки

Физические упражнения из разделов: гимнастика и атлетическая подготовка, ускоренное передвижение и легкая атлетика, спортивные и подвижные игры

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

2. Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей) вариативной части

Б1.В.01 Культурология

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Культурология» является: изучение сущности и закономерностей развития культуры, на основе которого формируется ее понимание как целостного феномена.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Культурология» Б1.В.01 является дисциплиной часть, формируемая участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Культурология» опирается на знания дисциплин(ы) «История (история России, всеобщая история)».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3)
- Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Культурология в системе социогуманитарного знания: этапы становления, специфика и актуальность

Культурология как наука и учебная дисциплина: предмет, задачи. Основные этапы становления культурологии. Культурология в системе наук о человеке, обществе и природе (предметное поле, специфика, отличие от других наук): культурология и философия культуры, социология культуры, культурная антропология, историческая культурология, история культуры

Раздел 2. Структура, функции и методы культурологии

Происхождение и теоретическая разработка понятия культура. Многообразие подходов к феномену культуры. Культура и цивилизация. Культура как вторая природа. Аспекты взаимодействия культуры и природы. Ценностный, когнитивный, регулятивный смыслы.

Раздел 3. Культура как объект исследования в культурологии: этимология и трактовки понятия «культура»

Основания типологии культуры. Этническая культура. Национальная культура. Доминирующая культура. Субкультура, контркультура, маргинальная культура. Феномен массовой и элитарной культуры, предпосылки и особенности их появления. Историческая типология. Концепция «осевого времени» К. Ясперса. Запад и Восток: культурные различия. Доосевые культуры. Послеосевые культуры Востока. Антиномии как исток дискуссий об особенностях генезиса русской культуры. Славянофилы, западники, евразийцы. Традиционные установки русской культуры.

Раздел 4. Морфология (строение) культуры

Периодизация и характерные черты культуры первобытного общества. Теории антропогенеза и культурогенеза. Материальная и духовная культура. Значение неолитической революции: создание условий для генезиса цивилизаций. Периодизация, характерные черты культуры и факторы формирования античного типа культуры. Идеал человека. Ведущие виды искусства в Древней Греции и Древнем Риме. Рождение театра. Становление собственно западноевропейской культуры. Особенности культуры Средневековья. Теоцентризм - доминанта культуры. Новый идеал человека. Система образования. Предпосылки Возрождения. Изменение картины мира. Появление новой системы ценностей. Общее и особенное в культуре итальянского и Северного Возрождения. Предпосылки западноевропейской культуры Нового времени. Оформление национальных школ в искусстве. XVIII век - век Просвещения. Формирование нового типа культуры. Основные идеи эпохи. Крупнейшие представители Просвещения и попытка анализа культуры (И. Г. Гердер). Основная черта искусства XVIII в. Культурная парадигма XIX в. «Золотой век» науки. Полицентризм - характерная черта искусства XIX в.

Раздел 5. Типология культур: принципы классификации

Морфология (строение) культуры. Материальная культура. Духовная культура. Ценности и нормы культуры. Социальная культура. Культура и техника. Понятие техники (узкий и широкий смысл). Техника как инструментарий культуры. Роль техники в жизни общества (техницисты, антитехницисты). Аспекты взаимодействия человека и техники.

Профессиональная культура. Культура и общество. Понятия, выражающие позицию человека по отношению к сторонам действительности окружающего мира: значение, знак, коды, текст. Культура и личность. Становление личности в культуре:

«инкультурация», культурная идентичность, «социализация», духовность личности, творчество. Статика и динамика культуры. Новация и традиция в культуре, аккультурация, виды аккультурации (культурная диффузия, заимствования, отторжение, культурный синтез, ассимиляция и др.). Теории культурной динамики

Раздел 6. Культурная статика и динамика

Статика и динамика культуры. Новация и традиция в культуре, аккультурация, виды аккультурации (культурная диффузия, заимствования, отторжение, культурный синтез, ассимиляция и др.). Теории культурной динамики.

Раздел 7. Историческая типология

Периодизация, характерные черты культуры и факторы формирования античного типа культуры. Идеал человека. Ведущие виды искусства в Древней Греции и Древнем Риме. Рождение театра. Становление собственно западноевропейской культуры. Особенности культуры Средневековья. Теоцентризм - доминанта культуры. Новый идеал человека. Система образования. Предпосылки Возрождения. Изменение картины мира. Появление новой системы ценностей. Общее и особенное в культуре итальянского и Северного Возрождения. Предпосылки западноевропейской культуры Нового времени. Оформление национальных школ в искусстве. XVIII век - век Просвещения. Формирование нового типа культуры. Основные идеи эпохи. Крупнейшие представители Просвещения и попытка анализа культуры (И. Г. Гердер). Основная черта искусства XVIII в. Культурная парадигма XIX в. «Золотой век» науки. Полицентризм - характерная черта искусства XIX в.

Раздел 8. Цивилизация как особый тип культуры

Специфика мировых цивилизаций как особых типов культуры

Раздел 9. Восточный и западный типы культуры

Сравнительный анализ восточного и западного типа культуры в свете новейших достижений гуманитарной мысли

Раздел 10. Особенности культурного развития Руси-России

Особенности культуры Руси-России. Культура Древней Руси. Московская Русь: содержание культурного феномена. Русская культура от начала Нового времени до Просвещения. «Золотой» и «Серебряный век» русской культуры. Культура советского периода. Культура Новейшего времени (XX - начало XXI вв.).

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.02 Основы научного исследования

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Основы научного исследования» является: формирование у студентов ясного представления о базовых принципах и закономерностях научной деятельности, эксплицируемого в практические навыки отбора, анализа, интерпретации различной информации, имеющей отношение к специальности «Реклама и связи с общественностью».

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы научного исследования» Б1.В.02 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Основы научного исследования» опирается на знания дисциплин(ы) «Теория и практика связей с общественностью».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

- Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПКО-1)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Наука как сфера деятельности и социальный институт

Определение понятие «наука». Наука как социальный институт (совокупность учреждений и структур); наука как результат (научные знания); наука как процесс (научная деятельность). Наука, лженаука, псевдонаука. Проблема научного плагиата и имитации научной деятельности.

Раздел 2. Научные сообщества

Кумулятивистские теории развития науки и теория научных революций. Понятие «парадигма» в аналитическом разрезе. Представление о возникновении и трансформации научных сообществ. Этапы научных революций. Статус и функции «нормальной науки». Проблема «защитного пояса» научных теорий. Критика и развитие основных положений «Структуры научных революций» Т.Куна.

Раздел 3. Научная рациональность: история и типология

Формирование представлений о научной рациональности. Античные, средневековые и классические типы научной рациональности. Проблема верификации научного знания. Средства проверки состоятельности научных теорий. Неклассические типы научной рациональности. Критический рационализм и современные подходы к верификации или фальсификации научных теорий.

Раздел 4. Объяснение и понимание.

Проблема герменевтического круга. «Истина и метод» Х.-Г.Гадамера. Логика и методы убеждения в системах объяснения. Понимание как состояние и процесс. Понимание как интерсубъективность. Дедуктивная природа объяснения и индуктивный характер понимания. Познание и творчество. Демаркация компетенций гуманитарного и естественнонаучного знания. Проблема объективности научного языка.

Раздел 5. Методы научного исследования

Научный метод, как средство рационального познания. Задачи и цели научного знания. Ценность научного познания. Донаучное и вненаучное знание. Особенности научного познания. Методы теоретического исследования: анализ, синтез, сравнение, абстрагирование, конкретизация и т.п. Эмпирические методы исследования: рабочие, частные; комплексные. Современные подходы к классификации метода исследования.

Раздел 6. Формы научного мышления

Новизна и актуальность научных проблем. Идея как основная форма теоретического знания. История и современное значение понятия «научная идея». Пробные теории и гипотезы. Способы проверки научных гипотез. Фактор субъективности и произвольности в построении и развитии научных теорий. Прочие формы научного мышления: законы, доказательства, принципы, категории, тезисы.

Раздел 7. Методология научного исследования в сфере PR и рекламы

Методология связей с общественностью, как процесс получения новых знаний, способ объяснения, обобщения и обогащения существующей социальной практики с целью преобразования и совершенствования социальной коммуникативной сферы общества. Типология и компетенция методов PR и рекламы. Анализ философских, социологических, политологических, социально-психологических оснований познания сферы PR и рекламы. Анализ теоретических и эмпирических проблем, существующих в сфере PR и рекламы. Анализ процедур, технологий, техник, инструментов, используемых в PR и рекламе. Междисциплинарный характер PR и рекламы.

Раздел 8. Наука как социальный институт

Методы интерпретации и объяснения научных теорий.

Раздел 9. Научные парадигмы

Постановка и развитие научных проблем.

Раздел 10. Научные парадигмы в мире

Статус и функции науки в современном обществе.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.03 Основы маркетинга

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Основы маркетинга» является: познакомить студентов с маркетингом, как одной из основных функций в системе управления в организациях.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы маркетинга» Б1.В.03 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Основы маркетинга» опирается на знания дисциплин(ы) «Основы статистики и математический анализ»; «Экономика».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)
 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3)
-

Содержание дисциплины

Раздел 1. Общее представление о маркетинге

Введение. История маркетинга. Роль маркетинга в современном бизнесе. Основные понятия: товар, нужды и потребности потребителя, спрос и предложения, рынок, обмен. Разновидности рынка. Емкость рынка. Основные маркетинговые концепции. Элементы управления маркетингом. Маркетинг-микс. Концепция 4P, концепция 7P, концепция 4C, концепция 4A. Пять основных задач маркетинга.

Раздел 2. Сегментирование рынка.

Целевой маркетинг, сегментирование рынка, принципы сегментирования рынка, переменные сегментации, требования к сегментированию, критерии оценки сегмента, выбор целевого рынка. Маркетинговые стратегии: недифференцированный (товарная специализация) и дифференцированный маркетинг (рыночная специализация), сфокусированный маркетинг, массовый маркетинг, индивидуальный маркетинг.

Позиционирование товара

Раздел 3. Процесс принятия решения о покупке товаров

Потребности и нужды потребителя. Ценность товара для потребителя. Факторы, влияющие на процесс продаж. Показатели спроса. Факторы и этапы принятия решения о покупке. Типы потребителей. Удовлетворенность потребителя. Повторные покупки. Рациональное поведение потребителя и многокритериальный выбор при решении вопроса о покупке.

Раздел 4. Конкуренция

Конкуренция и конкурентная среда. Модель конкуренции по Портеру. Конкурентные силы и конкурентные преимущества. Доля рынка компании. Увеличение доли рынка. Концентрации фирм на рынке. Анализ динамики доли рынка.

Раздел 5. Определение ценовой политики фирмы на рынке

Ценовая политика. Подходы к ценообразованию. Факторы ценообразования: себестоимость товара, платежеспособность потребителей, ценовая политика конкурентов, стадия жизненного цикла товара, стратегия фирмы, инфляция. Кривые спроса и предложения. Разновидности цен. Функции ценообразования. Реакции потребителей на изменение цены.

Раздел 6. Продвижение товаров на рынке.

Каналы сбыта. Функции каналов сбыта. Потоки в каналах сбыта. Типы посредников и их роль в каналах сбыта. Виды конкуренции в сбытовой сети. Виды организации продаж.

Раздел 7. Коммерческое предложение.

Цикл продажи. Идентификация потребностей потребителя. Демонстрация свойств и преимуществ товара. Уникальное торговое предложение. Работа с возражениями. Завершение сделки. Типичные ошибки. Конкурентное преимущество товара и конкурентные преимущества фирмы.

Раздел 8. Методика маркетинговых исследований.

Сущность маркетинговых исследований. Основные информационные источники маркетинга. Факторы, влияющие на организацию и расходы на маркетинговые исследования. Направления и принципы проведения. Предмет маркетинговых исследований. Классификация маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система.

Раздел 9. Планирование и контроль в маркетинге.

Планирование и контроль в маркетинге.

Раздел 10. Особенности маркетинга услуг. Международный маркетинг

Услуга как товар. Свойства услуги. Виды услуг. Инструменты маркетинга для услуги - концепция 7Р. Роль персонала и физических доказательств в продаже услуги.

Особенности производства и продвижения услуг в сравнении с материальными товарами. Определение и сфера международного маркетинга. Цели и особенности международного маркетинга. Детерминанты конкурентного преимущества страны. Модели проникновения и развития на зарубежных рынках. Экспортные модели. Сотрудничество. Инвестиции. Риск и контроль как параметры выбора модели проникновения

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.04 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является:

освоение студентами методологии оценки и прогнозирования возможностей рынка для управления им при решении поставленных стратегических и текущих целей. Получение студентами необходимых знаний и практических навыков по анализу внутренней и внешней среды предприятия, сбору и обработке маркетинговой информации, структурированию задач в области PR и определению стратегий достижения поставленной цели в области связей с общественностью курс «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» направлен на прививание навыков и развитие способностей студентов к применению различных методов исследования рынка с целью выявления средств стимулирования сбыта товаров, повышения репутации товаропроизводителя на рынке, осуществления коммуникационных мероприятий.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» Б1.В.04 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» опирается на знания дисциплин(ы) «Основы маркетинга».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)
 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3)
-

Содержание дисциплины

Раздел 1. Цель, задачи и методологические основы исследования рынка в СО

Сущность и роль исследования рынка в стратегии и практике СО. Объекты исследования рынка в СО. Этапы исследования рынка в СО. Принципы и методологические основы исследований в СО. Этические аспекты исследования рынка в СО. Международный кодекс проведения социологических и маркетинговых исследований ESOMAR. Взаимные права исследователей и клиентов.

Раздел 2. Процедура ситуационного анализа

Этапы и стадии технологии ситуационного анализа. Исследовательский этап, концептуальный этап, выбор стратегии PR- деятельности. Ситуационный анализ как анализ маркетинговых возможностей предприятия. Анализ элементов внешней и внутренней среды маркетинга; оценка их влияния на маркетинговые возможности предприятия.

Раздел 3. Определение проблемы в маркетинговых исследованиях

Понятие, источники и осмысление проблемы. Факторы среды, учитываемые при определении проблем. Преобразование управленческой проблемы. Метод «дерево решений». Предложение по исследованию.

Раздел 4. Проекты поискового, описательного, аналитического исследований

Методы поискового исследования, его цели и характеристика. Описательное исследование. Методы, цели, характеристика). Методы, цели и характеристика причинных исследований рынка в СО.

Раздел 5. Разработка концепций сбора данных

Свойства и классификация информации в исследовании рынка. Опрос как метод сбора информации. Исследование рынка в СО. Методы наблюдения в исследовании рынка. Эксперимент как метод сбора информации в рыночных исследованиях. Метод экспертной оценки.

Раздел 6. Разработка форм для сбора данных

Разработка анкет. Измерение и шкалирование в исследованиях рынка. Построение шкал измерений. Типы шкал и правила их построения

Раздел 7. Разработка выборочного плана и объема выборки

Основные понятия выборки (генеральная и выборочная совокупность, репрезентативность выборки) Методы формирования выборки. Этапы разработки выборочного плана. Определение объема выборки.

Раздел 8. Сбор, подготовка и анализ данных

Полевые работы при сборе данных. Система маркетинговой информации. Информация СО - составная часть маркетинговой информации. Подготовка данных к анализу.

Раздел 9. Исследование конкурентной среды и продвижения товаров на рынок

Изучение рыночного окружения предприятия в отрасли. Факторы конкурентоспособности комплекса маркетинга предприятия относительно главных конкурентов. Роль СО в создании благоприятной конкурентной среды фирмы.

Раздел 10. Исследование мотивации потребителей в исследовании рынка

Направления исследования потребителей. Изучение процесса совершения покупки. Потребительская оценка как особенность потребительского поведения. Исследование лояльности покупателей в рыночных исследованиях.

Раздел 11. Исследование товара в рыночном исследовании

Оценка полезности продукта покупателями и роль в формировании оценки СО. Изучение жизненного цикла товара. Исследование бренда. Исследование методов СО в формировании бренда.

Раздел 12. Исследования связей с общественностью в рыночных коммуникациях

Стратегия PR-исследований. Типы исследований: анализ ситуаций, качественные исследования, количественные исследования. Исследование развития PR-концепций. Тестирование мероприятий по стимулированию сбыта.

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.05 Корпоративная социальная ответственность

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является:

дать основы знаний о принципах, методах и подходах к определению социальной ответственности деятельности организации, сформировать практические навыки в области разработки социальных программ и составления

социальной отчетности организации, разработке и реализации социальной составляющей бизнес-плана, стратегии и тактики деятельности малого предприятия.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» Б1.В.05 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» опирается на знания дисциплин(ы) «Деловые и межличностные коммуникации».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

– Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Предмет и методы курса КСО.

Теоретические концепции КСО. Формирование комплексной модели КСО История становления КСО. Государство и КСО. Стандарты КСО

Раздел 2. Социальная ответственность коммерческих организаций.

Модели и принципы КСО (пирамида Керолла, модель КСД и др.). Концепции стейкхолдеров. Социальное партнерство. Корпоративный имидж и деловая репутация.

Раздел 3. Социальная ответственность организации в области прав человека и трудовой практики

Права человека. Право на труд.

Раздел 4. Социальная ответственность организации по отношению к окружающей среде и местному сообществу

Международные стандарты в сфере экологии. Действия компании по отношению к окружающей среде и местному сообществу.

Раздел 5. Социальные программы, инвестиции и социальная отчетность организации

Благотворительная деятельность. Структура и содержание стандарта ИСО 26000:2010 .

Раздел 6. Эффективность КСО и методы ее оценки. Рейтинги социальной ответственности

Этические принципы и нормы. Подготовка социальных отчетов. Мотивация социальной ответственности

Раздел 7. Устойчивое развитие организации

Современные тенденции развития общества и роль КСО в устойчивом развитии организации.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.06 Технологии управления общественным мнением

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Технологии управления общественным мнением» является:

изучение феномена общественного мнения и способов управления общественным мнением

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» Б1.В.06 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Технологии управления общественным мнением» опирается на знания дисциплин(ы) .

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы управления общественным мнением

Определение, компоненты, свойства, динамика общественного мнения

Раздел 2. Исследование общественного мнения

Методы и правила исследования общественного мнения, законы общественного мнения

Раздел 3. Технологии управления общественным мнением

Технологии и техники аргументации, манипуляции, внушения

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.07 Взаимодействие с государственными службами и технологии лоббирования

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Взаимодействие с государственными службами и технологии лоббирования» является:

ознакомить студентов с основными технологиями организации эффективного взаимодействия коммерческих структур и общественных организаций с государственными органами, помочь овладеть профессиональной терминологией, освоить методы разработки стратегий и планирования лоббистских кампаний, дать представление об основных принципах формирования групп интересов и осуществления «адвокатской» политической экспертизы

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Взаимодействие с государственными службами и технологии лоббирования» Б1.В.07 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Взаимодействие с государственными службами и технологии лоббирования» опирается на знания дисциплин(ы) «Теория и практика связей с общественностью».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Лоббизм как отрасль деятельности: формирование и институционализация
Группы интересов в политической системе Группы интересов и группы влияния.

Раздел 2. Технологии лоббистской деятельности

Эволюция технологий лоббистской деятельности в XXI веке Классический лоббизм как неформальная коммуникация. Обмен услугами и коррупционные схемы в классическом лоббизме. Влияние электоральных технологий на трансформацию лоббизма. Воздействие на органы государственной власти с помощью обращения к избирателям. Примеры эффективных лоббистских кампаний конца XX века: Ассоциация страховых агентств против реформы здравоохранения президента Клинтона, экологи против «Мицубиси».

Технологии политического маркетинга в лоббистской деятельности

Раздел 3. Основные тенденции развития лоббистской деятельности в современной России
Формирование лоббистской деятельности в современной России Особенности российских групп интересов. Эффекты приватизации 90-х годов. Структура российского общественного мнения.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.08 История рекламы

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «История рекламы» является: формирование целостного представления о процессе исторического становления рекламной деятельности, раскрытие содержания ее социально-психологических, экономических и эстетических предпосылок, обозначение уникальности эволюции феномена рекламы в различных общественно-экономических условиях Западной Европы, США и России.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «История рекламы» Б1.В.08 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «История рекламы» опирается на знания дисциплин(ы) «Введение в коммуникационные специальности».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Истоки рекламной коммуникации.

Понятие рекламы: виды, ключевые характеристики.

Раздел 2. Ранние формы рекламы.

Зарождение рекламных коммуникаций в Античности. Реклама в Средневековую эпоху.

Раздел 3. Реклама в Новое время

Развитие западной рекламы в XVI-XIX столетиях. Особенности эволюции российской рекламы.

Раздел 4. Развитие рекламы в Новейшее время.

Технологический бум и особенности рекламных коммуникации в XX веке.

Западноевропейская и североамериканская реклама в XX веке. Развитие российской рекламы в XX веке: возможности и противоречия.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.09 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, пресс-служб

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, пресс-служб» является:

получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и СО в организации и практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, пресс-служб» Б1.Б.18.03 является одной из дисциплин базовой части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Основы рекламы»; «Основы связей с общественностью».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)
 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)
-

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методические аспекты организации работы отдела рекламы и связей с общественностью

Организационная структура предприятия. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью. Роль и функции отдела в системе менеджмента качества организации. Должностное и штатное расписание отдела РиСО. Положение об отделе, должностные инструкции. Критерии оценки соискателя должности. Взаимодействие отдела рекламы и со с другими подразделениями организации.

Раздел 2. Планирование и бюджетирование деятельности отдела рекламы и связей с общественностью

Основные этапы планирования. Анализ ситуации. Постановка целей, разработка стратегии и тактики. Принципы разработки бюджета. Виды расходов. Пути оптимизации расходов организации на рекламную и PR-деятельность.

Раздел 3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений отдела рекламы и связей с общественностью.

Взаимодействие со средствами массовой информации. Задачи отдела по работе с органами власти и общественными организациями. Создание рекламно-имиджевой продукции. Основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом.

Раздел 4. Практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях.

Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в некоммерческих организациях. Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в коммерческих организациях.

Раздел 5. Особенности организации

анализ особенностей организации

Раздел 6. Основы функционирования

анализ основ функционирования
Раздел 7. Направления деятельности
основные направления деятельности
Раздел 8. Оценка эффективности
как оценить эффективность пресс-службы
Раздел 9. Структура пресс-службы
анализ структуры пресс-службы
Раздел 10. Функции пресс-службы
анализ функций пресс-службы

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.10 Антикризисная коммуникация

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Антикризисная коммуникация» является: освоение студентами теоретических и практических знаний в области антикризисного PR и формирование компетенций, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Антикризисная коммуникация» Б1.В.10 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Антикризисная коммуникация» опирается на знания дисциплин(ы) «Введение в коммуникационные специальности».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение. Предмет и задачи курса

Предмет, цели и задачи курса.

Раздел 2. Кризисы. Антикризисное управление

Кризисы. Критическая ситуация. Стресс, фрустрация, конфликт. Типология кризисов. Причины возникновения кризисов. Симптомы кризисов. Факторы кризиса. Причины кризиса. АКУ. Менеджер по АКУ. Способности менеджера по АКУ. Функции менеджера по АКУ. Стратегическое антикризисное планирование. Стратегия трансформации в антикризисном управлении. Стратегия консолидации в антикризисном управлении. Меры реализации антикризисной политики.

Раздел 3. Человеческий фактор в антикризисном управлении

Природа человеческих отношений в организации. Формы человеческих отношений. Мотивация персонала в кризисной ситуации. Стратегии мотивации. Принципы управления персоналом в условиях кризиса. Управление конфликтами в кризисных ситуациях. Конфликты как причины возникновения кризисов. Роль конфликтов в антикризисном управлении. Стадии конфликта.

Раздел 4. Психологические аспекты антикризисного регулирования

Эмоции в условиях кризиса. Толпа. Психологическое брожение, стадный инстинкт, внушение в толпе. Паника. Агрессия. Виды агрессии. Причины Агрессии. Средства массовой информации как источник агрессии. Управление агрессией.

Раздел 5. Государственное антикризисное регулирование

Средства государственного регулирования. Необходимость государственного регулирования. Объекты государственного регулирования. Цели государственного антикризисного регулирования. Процесс государственного антикризисного регулирования. Меры государственного антикризисного регулирования. Причины и последствия кризисов государственного регулирования. Виды кризисов власти. Правовая основа государственного антикризисного регулирования в РФ. Государственные органы антикризисного регулирования в РФ.

Раздел 6. Кризисная коммуникация. Антикризисные связи с общественностью

Коммуникация в кризисных ситуациях. Факторы, усложняющие кризисные коммуникации. Направления деятельности СО - службы в кризисной организации. Основные правила работы СО- службы в кризисной организации. Основные ошибки компаний в кризисных ситуациях. Примеры решения кризисных ситуаций с помощью СО-средств.

Раздел 7. Антикризисные связи с общественностью

Классификация антикризисных связей с общественностью

Раздел 8. Антикризисные связи с общественностью (ч.2)

Специфика антикризисных связей с общественностью

Раздел 9. Направления антикризисной коммуникации

Виды антикризисной коммуникации

Раздел 10. Направления антикризисной коммуникации (ч.2)

Специфика деятельности по антикризисной коммуникации связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.11 Политический менеджмент

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Политический менеджмент» является: освоение студентами основ принятия управленческих решений в политических институтах и органах власти, технологий организации и проведения политических кампаний и других форм политической мобилизации российских граждан.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Политический менеджмент» Б1.В.11 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Политический менеджмент» опирается на знания дисциплин(ы) «Теория и практика связей с общественностью».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Политический менеджмент и публичная политика

Политический менеджмент как основа профессиональной карьеры в сфере политики. Специализация политических менеджеров: политико-управленческие эксперты, консультанты, переговорщики. Политическое консультирование. Типы и формы консультантских услуг. Службы политического консалтинга. Психологические факторы и этика политического консультирования. Специфика политического менеджмента в условиях становления экономического рынка и демократии. Административное управление и административный менеджмент.

Раздел 2. Политическое решение и лоббизм

Цикл, фазы и процедуры принятия политических решений. Основные фазы: анализ "повестка дня" и оценка проблем; подготовка и селекция альтернативных вариантов; выбор альтернативы и утверждение решения; реализация решения; оценка результатов, контроль за выполнением и "обратная связь". Циклы подготовки, принятия и реализации государственных решений как динамические информационные потоки и коммуникативные системы. Принятие политических решений как предпосылка и условие регулирования коллективных ресурсов. Процедуры и операции в структуре циклических фаз политико-управленческого процесса. Пути оптимизации и повышения эффективности цикла государственных решений в современной России.

Раздел 3. Политические коммуникации

Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики. Теории политических коммуникаций. Уровни информационно-коммуникационных процессов. Сущность и отличительные черты массовой и формационно-коммуникационной системы. Политические функции СМИ. Общественное мнение, его особенности, структура. Сущность и функции политической пропаганды и агитации. Особенности агитационно-пропагандистских информационных технологий. Румология - наука о слухах и возможности использования нетрадиционных каналов распространения информации. Феномен "сарафанного радио". Дезинформация в контексте информационной стратегии. Система пропагандистских и контрпропагандистских материалов. Информационные поводы, их виды и особенности использования.

Раздел 4. Политические кампании

Политическая рекламная кампания: функции и принципы. Организационные и содержательные аспекты. Этапы кампании. Анализ и идентификация аудитории. Применение новых исследовательских технологий. Выявление целей деятельности: составление тактического и стратегического планов. Определение целей коммуникации. Создание рекламной платформы.

Раздел 5. Электоральные кампании

Организация электоральных кампаний

Раздел 6. Политический имидж

Составляющие политического имиджа

Раздел 7. Политическое консультирование

Составляющие политического консультирования

Раздел 8. Политическое регулирование

Виды политического регулирования

Раздел 9. Политическая социология

Содержание политической социологии

Раздел 10. Политические технологии

Виды политических технологий

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.12 Брендинг

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Брендинг» является:
сформировать компетенции обучающегося в области теории и практики управления брендами, анализа процессов формирования и развития брендов и реализации их коммуникационных стратегий.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Брендинг» Б1.В.12 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Брендинг» опирается на знания дисциплин(ы) «Теория и практика рекламы».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие брендинга. Структура и разновидности бренда

Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации. Понятие товарного и корпоративного брендинга. Понятие бренда в системе терминов «клеймо», «торговая марка», «товарный знак», «товар» и «маркетинг». Бренд как маркетинговое понятие. Структура бренда. Формальные признаки бренда. Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда. Сущность бренда на различных логических уровнях рассмотрения. Мегабренд и мастербренд. Марочный портфель. Архитектура брендов. Каннибализм бренда. Овербрендинг. Мультибренд и зонтичный бренд. Марочное семейство. Суббренд

Раздел 2. Содержание и атрибуты бренда

Содержательные характеристики бренда. Содержание бренда в системе отношений «товар - потребитель», «потребитель - товар», «потребитель - товар - тот же потребитель», «потребитель -товар -другой потребитель», «потребитель -товар- социальное окружение». Зависимость смысла и значения бренда в зависимости от этапа развития отношений между товаром и потребителем (до покупки, во время покупки, после покупки, в долгосрочном плане). Функциональные (назначение), индивидуальные (ценность), социальные (уважение) и коммуникативные (контакт) качества бренда. Индивидуальность бренда. Объективированные признаки бренда (атрибуты): физические характеристики,

имя, упаковка, реклама, персонажи, фирменный знак, логотип, цветовые сочетания, фирменные шрифты, музыка, голос, жесты и т.п..

Раздел 3. Технологии брендинга

Философия бренда. Анализ рыночной ситуации и создание пространственной модели бренда. SWOT-анализ деятельности компании и анализ производимого продукта.

Конкурентный анализ и сегментирование потребителей. Разработка концепции позиционирования бренда и фокусирование маркетинговых коммуникаций. Разработка идентичности бренда (имиджа, позиции, внешней перспективы...). Проективные методики разработки индивидуальности, ценностей, ассоциаций, мифологии бренда.

Психологические методы при разработке идентичности бренда. Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ». Разработка атрибутов бренда. Формальные и содержательные требования к имени бренда. Способы образования и этапы создания имени бренда. Создание семантического поля для имени бренда. Фоносемантический, морфологический, лексический анализ и экспертное тестирование имен. Упаковка как важнейший атрибут бренда, ее информативная и коммуникативная функции. Фирменная символика и др. атрибуты в системе брендинга. Способы анализа лояльности бренду.

Программа формирования лояльности

Раздел 4. Вербальные (имя, слоган) и визуальные (логотип, упаковка, персонаж, фирменный стиль / брендбук) идентификаторы бренда.

Нейминг. Классификация слогана. Эффективность слогана. Технологии создания логотипа и его эффективность. Функции упаковки. Эффективность упаковки. Типология персонажей бренда (концепция Дж. Р. Россистер, Л. Перси. Основные элементы фирменного стиля компании.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.13 Консалтинг в связях с общественностью

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью» является:

дать студентам направления подготовки «реклама и связи с общественностью» системные знания в области консультирования, в частности. Технология консультирования рассматривается как совокупность технических, межличностных и консультационных навыков, требующихся в любой консалтинговой деятельности. В курсе затрагиваются вопросы маркетинга консалтинговых услуг и ценообразования, подробно рассматриваются методы работы с людьми в коммерческих организациях, в сфере экономики и в сфере связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» Б1.Б.32 является одной из дисциплин базовой части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Основы связей с общественностью».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Предмет и объект консалтинга

Феномен политического и его цивилизационная роль в становлении общественной жизни. Политическая жизнь, политическая практика и политическая наука. Основные задачи курса «Политология» и его структура. Функции политических наук. Основные этапы развития политических наук. Плюрализм теоретических подходов в современной политической науке. Понятийно-категориальный аппарат политологии. Теоретическая и прикладная политология. Политическое образование в современном мире и особенности политического образования в современной России. Место политологии в системе социально-гуманитарных наук. Соотношение политологии с философией, историей, экономической теорией, социологией и т.д. Система методов, используемых в политологии. Возрастающее влияние политологии на политическую жизнь общества.

Раздел 2. Консалтинговая услуга

Определение и содержание понятия «Консалтинговая услуга». Характеристика консалтинговой услуги: неосязаемость, непостоянство, несохраняемость

Раздел 3. Консультирование как технология

Принципы консалтинговой деятельности. Роли консультанта и его ответственность. Виды консультирования: экспертное, проектное, партисипативное, внутреннее, внешнее.

Раздел 4. Связи с общественностью как консалтинговая деятельность

Классификация PR-консультантов по специализации: Консультанты по избирательным технологиям. Политические консультанты. Консультанты по проектам. Консультанты по имиджу. Консультанты по вопросам СМИ. Консультанты по рекламе. Консультанты по маркетингу. Консультанты по рейтингам.

Раздел 5. Профессиограмма консультанта

Психологический портрет консультанта. Модель профессиональной компетенции консультанта. Этический кодекс консультанта.

Раздел 6. Консультирование как процесс

Консалтинговый проект. Стадии консалтингового проекта. Техники проведения первой встречи с клиентом. Определение потребностей клиента. Контрактинг: техническое задание, предпроектное письмо, контракт, цена контракта, переговоры по контракту. Сбор данных, диагностика в консалтинговом проекте. Проведение встречи с клиентом по «обратной связи». Выход из консалтингового проекта

Раздел 7. Консультирование как процесс (ч.2)

Консалтинговый проект. Стадии консалтингового проекта. Техники проведения первой встречи с клиентом. Определение потребностей клиента. Контрактинг: техническое задание, предпроектное письмо, контракт, цена контракта, переговоры по контракту. Сбор данных, диагностика в консалтинговом проекте. Проведение встречи с клиентом по «обратной связи». Выход из консалтингового проекта

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.14 Реклама и связи с общественностью в Интернете

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Реклама и связи с общественностью в Интернете» является:

дать студентам научное представление о возникновении и развитии социологических концепций постиндустриального общества, основах теории информационного общества, показать роль и значение сферы телекоммуникаций и компьютерных технологий в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью. Курс нацелен на выработку знаний и практических навыков применения информационных технологий в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в Интернете» Б1.Б.32 является одной из дисциплин базовой части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Основы рекламы»; «Основы связей с общественностью».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг

Основные целевые аудитории и их профиль. Основные издания по данной теме и Интернет-ресурсы. Концепция социально ответственного бизнеса в приложении к сфере телекоммуникаций.

Раздел 2. Психологические аспекты телекоммуникационной сферы. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира

Основные аспекты психологии взаимодействия человека со сложной телекоммуникационной техникой, учет которых необходим для организации эффективных маркетинговых, рекламных и PR-мероприятий, психологии компьютеризации населения, психологические особенности деятельности человека в Интернет, восприятие человеком Интернет, мобильной связи, телевидения и т.д. История создания и развития глобальной сети Интернет. Особенности ее функционирования как канала телекоммуникаций и канала передачи PR-обращений. Преимущества и недостатки Интернет по сравнению с другими средствами массовой информации. Ограничения, связанные с основными характеристиками аудитории российского сегмента сети, перспективы роста аудитории, основные целевые группы, проблемы диспропорционального развития аудитории сети. Социально-демографические характеристики Интернет-аудитории в России и за рубежом.

Раздел 3. Теория и практика применения сети Интернет в качестве инструмента PR и рекламы

PR-мероприятия и рекламные, реализуемые коммерческими, некоммерческими и политическими организациями в сети Интернет. Интернет-сайт как основной инструмент коммуникации в сети Интернет. Виды и типы сайтов. Проблемы разработки контента сайтов и участие в этой работе специалиста по связям с общественностью и рекламе.

Раздел 4. Технологии рекламы в Интернете Продвижение: SEO (Search Engine Optimization), SMO (Social Media Optimization), SMM (Social media marketing).

Краудсорсинг (crowdsourcing), вирусный маркетинг

Баннерная и селективная реклама. Основные плюсы и минусы данных технологий. Направленность на целевую аудиторию. Внутренняя и внешняя поисковая оптимизация. Продвижение сайта в социальных сетях. Работа по связям с общественностью в блогах. Наука сбора, фильтрации и первичного анализа информации с использованием «толпы» - самоорганизующейся и не имеющей иерархических структур. Продвижение товаров и услуг компании с помощью понятных и креативных видеороликов.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет. Курсовая работа

Б1.В.15 Основы конфликтологии

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Основы конфликтологии» является: изучение основного категориального аппарата конфликтологической науки, знакомство с современными представлениями о конфликте, его роли и значимости в развитии общества и человека, с практикой предупреждения и разрешения конфликтов, с выработкой толерантного мышления и поведения.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы конфликтологии» Б1.В.15 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Основы конфликтологии» опирается на знания дисциплин(ы) «Деловые и межличностные коммуникации»; «Психология»; «Социология».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

- Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Конфликтология как научная и учебная дисциплина

Объект, предмет, функции конфликтологии. Междисциплинарные связи наук, исследующих социальные конфликты. История становления конфликтологии как науки. Понятие конфликта. Структура конфликта. Объект и предмет конфликта, необходимые и достаточные условия существования конфликта. Характеристика прямых и косвенных участников конфликта. Проблема типологии конфликтов, основания для их классификации. Конструктивные и деструктивные функции конфликта. Динамика конфликта (основные этапы его развития), характеристика и особенности протекания каждого из периодов. Понятие управления конфликтом. Стратегии урегулирования социальных конфликтов. Прогнозирование и основы предупреждения социальных

конфликтов. Способы регулирования и конструктивного завершения конфликта.

Раздел 2. Психологические аспекты взаимодействия конфликтантов

Коммуникации как источник конфликта. Факторы и причины возникновения межличностных конфликтов. Формы проявления и последствия межличностных конфликтов. Мотивация оппонентов в конфликте. Оценка образа «Я» и оппонента в конфликте. Конфликтогены: типы и формы проявления. Типы конфликтных личностей. Модели развития конфликтного взаимодействия, основные тактики воздействия на оппонента в конфликте. Стратегии поведения личности в конфликте, их характеристика, преимущества и недостатки. Подходы к пониманию внутриличностного конфликта.

Раздел 3. Производственно-деловые конфликты

Конфликты, возникающие в сфере производственно-деловых отношений: классификация, причины возникновения, функции и характеристика основных участников. Сущность организационно-управленческих конфликтов и специфика их проявления. Основные источники конфликтов в организации. Мониторинг и прогнозирование организационных конфликтов. Методы урегулирования и разрешения конфликтов в сфере производственно-деловых отношений. Профилактика конфликтов в организации.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.16 Рынок рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Рынок рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом» является:

ознакомление слушателей с методами маркетинговых исследований, которые используются в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом специфики современных рыночных условий. Курс построен на описании комплексного подхода в маркетинговых исследованиях и предлагает базовые рекомендации по ведению исследования согласно данному подходу. Ознакомившись с материалами курса, студенты получают базовый набор теоретических знаний и навыков по анализу внутренней и внешней среды организации средствами маркетинга. Цель курса: создать представление о связи маркетингового комплекса с комплексом СО-воздействия. Для достижения этой цели необходимо решить ниже перечисленные задачи.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Рынок рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом» Б1.В.17 является дисциплиной частью, формируемая участниками

образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Рынок рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом» опирается на знания дисциплин(ы) «Введение в коммуникационные специальности».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Рынок PR: анализ содержания

1. Практическая сущность PR 2. Принципы и функции PR 3. Требования к личным качествам специалистов по PR

Раздел 2. Управление процессом «Паблик рилейшнз»

1. Теория управления PR. 2. Структура процесса управления PR. 3. ПЕРВЫЙ ЭТАП: определение проблем паблик рилейшнз 4. ВТОРОЙ ЭТАП: планирование и программирование 5. ТРЕТИЙ ЭТАП: действие и коммуникация 6. ЧЕТВЕРТЫЙ ЭТАП: оценка программы

Раздел 3. Реклама в теории коммуникации

1. Теория коммуникации, применимая к рекламе 2. Реклама в системе маркетинговых концепций 3. Система маркетинговых коммуникаций и ее составляющие 4. Стимулирование сбыта

Раздел 4. Анализ групп общественности в PR

1. Понятие общественности 2. Типология групп общественности 3. Определение целевых групп общественности 4. Приоритетные группы общественности 5. Общественность и ее мнение

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.17 Социальная реклама и связи с общественностью

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Социальная реклама и связи с общественностью» является:

оснащение будущих специалистов теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для управления коммуникативными процессами в обществе, посредством освоения знаний о специфическом виде рекламы – социальной рекламе.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Социальная реклама и связи с общественностью» Б1.В.18 является дисциплиной часть, формируемая участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Социальная реклама и связи с общественностью» опирается на знания дисциплин(ы) «Введение в коммуникационные специальности».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)
 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)
-

Содержание дисциплины

Раздел 1. Реклама и общество

Определение понятия реклама. Реклама как коммуникационный акт. Реклама как средство продвижения. Реклама и общество. Роль рекламы в основных сферах жизни современного общества. Общие требования к рекламе. Классификация рекламы. Критерии классификации: по охвату территории, по средствам распространения, по функциям и целям и др. Основные виды рекламы: коммерческая, социальная и политическая.

Раздел 2. Социальная реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Маркетинг как принцип хозяйственной деятельности. Сегментирование рынка. Критерии сегментирования. Понятие целевой аудитории. Позиционирование. Схема позиции. Комплекс маркетинг-микс. Система маркетинговых коммуникаций как элемент комплекса маркетинга. ATL и BTL-коммуникации. Характеристика основных средств маркетинговых коммуникаций: рекламы, паблик рилейшнз, стимулирования сбыта и

прямого маркетинга. Цели и функции рекламы как средства маркетинговых коммуникаций. Место социальной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Раздел 3. Средства распространения социальной рекламы

Критерии выбора и оценки средств распространения социальной рекламы. Критерии выбора конкретного медианосителя. Основные средства распространения социальной рекламы. Телевидение как средство распространения социальной рекламы. Формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения социальной телерекламы. Социальная реклама на радио: формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения. Социальная реклама в прессе: формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения. Печатная и сувенирная социальная реклама: формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения. Наружная социальная реклама и реклама на транспорте: формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения. Социальная интернет-реклама: формы, преимущества и недостатки, возможности для рекламы отдельных групп товаров и услуг. Вирусный интернет-маркетинг. Нетрадиционные средства социальной рекламы - ambient media и партизанская реклама. Виды и особенности их применения.

Раздел 4. Основы разработки социальных рекламных обращений

Понятие социального рекламного обращения. Основные этапы процесса разработки и производства социального рекламного обращения. Модели социального рекламного воздействия. Содержание социального рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации. Форма социального рекламного сообщения: тон и устойчивые стилевые решения. Текстовая структура социального рекламного обращения: типы, основные элементы, принципы разработки. Соотношение текста и иллюстрации в социальном рекламном обращении. Правила изобразительного оформления социального рекламного обращения. Понятие функциональности рекламного обращения. Приемы увеличения функциональности социальной рекламы.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет. Курсовая работа

Б1.В.18 Стилистика и литературное редактирование

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Стилистика и литературное редактирование» является:

расширить знания студентов в области функциональной и практической стилистики; дать представление о стилистической дифференциации языковых средств, о функциях стилей; дать основы лингвостилистического анализа текстов разной стилевой и жанровой принадлежности; обучить наиболее целесообразной

организации языковых средств при создании научных, деловых, рекламных текстов; ознакомить с приемами литературного редактирования.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» Б1.В.18 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Стилистика и литературное редактирование» опирается на знания дисциплин(ы) «Русский язык и культура речи».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Стилистическое использование языковых средств.

Лексическая стилистика. Фоностистика. Стилистический потенциал словообразования. Грамматические средства стилистики. Экспрессивный синтаксис.

Раздел 2. Функциональная стилистика.

Официально-деловой стиль. Научный стиль. Публицистический стиль. Разговорная речь. Язык рекламы, пиар-тексты.

Раздел 3. Литературное редактирование.

Текст как объект работы редактора. Основные категории текста. Работа редактора с фактической основой текста. Различные виды текста и способы изложения. Композиция текста. Основы стилистической правки текста.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.19 Мировая и отечественная литература

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Мировая и отечественная литература» является:

комплексное изучение истории отечественной литературы, а также литературы стран Западной Европы, Северной и Южной Америки в синхроническом и диахроническом аспектах.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Мировая и отечественная литература» Б1.В.20 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Мировая и отечественная литература» опирается на знания дисциплин(ы) «Иностранный язык».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)
- Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Древнегреческая литература

Становление и периодизация. Древнегреческий эпос. «Илиада» и «Одиссея»

Раздел 2. Архаический эпос Средневековья

«Беовульф». Героический эпос Средневековья. «Песнь о Роланде», «Песнь о моём Сиде», «Песнь о Нибелунгах», «Слово о полку Игореве»

Раздел 3. Возрождение

Общая характеристика. Петрарка, Боккаччо.

Раздел 4. Классицизм

Становление и развитие. Идеи Просвещения. Творчество П. Корнеля, Ж. Расина и Мольера. Вольтер

Раздел 5. Сентиментализм

Творчество Ж.-Ж. Руссо, С. Ричардсона, Л. Стерна. Особенности литературы романтизма

Раздел 6. Реализм

Творчество Стендаля, П. Мериме, О. де Бальзака .

Раздел 7. Новая драма, творчество Ибсена. Модернизм

Творчество О. Уайльда. Дж. Джойс. Ф. Кафка.

Раздел 8. «Потерянное поколение»

Творчество Э.М. Ремарка и Э. Хемингуэя. Экзистенциализм, творчество Ж.-П. Сартра и А. Камю

Раздел 9. Постмодернизм

Творчество С. Беккета

Раздел 10. Литература Латинской Америки

Литература Латинской Америки

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.20 Реклама и связи с общественностью в бизнесе

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Реклама и связи с общественностью в бизнесе» является:

подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями о продвижении товаров и услуг технологиями связей с общественностью и рекламы. Теоретическое освоение курса предполагает овладение студентом, как будущим специалистом по рекламе и СО, профессиональной терминологией, понимание сущности и принципов, а также методов и правил работы в бизнес-структурах. В результате изучения дисциплины у студентов должны сформироваться знания и умения, позволяющие проводить самостоятельный анализ бизнес-деятельности. Приобретенные студентами навыки являются основой будущей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в бизнесе» Б1.В.21 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Реклама и связи с общественностью в бизнесе» опирается на знания дисциплин(ы) «Теория и практика рекламы»; «Теория и практика связей с общественностью».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)
 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)
-

Содержание дисциплины

Раздел 1. Бизнес как объект и субъект рыночной экономики и информационной среды

Предпринимательство как процесс. История русского предпринимательства. Влияние политических и исторических событий на развитие экономики в России. Выдающиеся российские предприниматели. Основные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Стадии предпринимательского процесса. Цели и задачи бизнес-планирования. Структура бизнес-плана. Рынки сбыта товаров и услуг. Импортозамещение. Производственный и организационный планы. Финансовый план. Маркетинго-информационная система. SWOT-анализ. Сущность и виды предпринимательской ответственности.

Раздел 2. Особенности коммуникативной деятельности в бизнесе

Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции. Крупный, средний и малый бизнес. Коммуникативные барьеры. Союзы и профессиональные организации. ТПП. Корпоративный имидж. Особенности делового стиля и этикеты. Материально-техническое и финансовое обеспечение стратегий в области связей с общественностью. Критерии финансового поведения при организации работы по связям с общественностью. Подготовка и реализация кампаний по связям с общественностью. Универсальные методики составления проектов кампаний в области связей с общественностью.

Раздел 3. Место и роль рекламы в бизнесе

Корпоративная и коммерческая реклама. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях. Роль рекламы в условиях рынка. Бизнес и СМИ: эффективные контакты. Основные задачи предприятия. Выбор направления и тем рекламы. Предварительный план рекламной кампании. Рекламные агентства и их функции. Концепция рекламных обращений. Рекламные технологии. Рекламные носители. Формы и виды рекламы. «Бесплатная реклама». Джинса. Реклама в интернет-пространстве.

Раздел 4. Связи с общественностью в бизнесе

Специфика СО-сопровождения на различных этапах бизнес-процесса. Связи с персоналом. Связи с клиентами. Связи с обществом в целом. Связи с поставщиками. Связи с прессой. Целевые семинары по вопросам бизнеса. Паблсити. Ловушки Паблсити. Инструменты СО для разных форм бизнеса. Медиаплан компании. Корпоративный сайт. Медиалогия. СО как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем. Роль СО в укреплении социального партнерства. Информационно-аналитическое обеспечение PR-деятельности бизнес-организации. Черный/серый PR. Спонсорство. Меценатство. Благотворительность. Корпоративная культура. Роль СО в преодолении кризисных ситуаций в организации. Юридическое сопровождение PR-процессов.

Раздел 5. Современные СО в бизнесе

Анализ современных СО

Раздел 6. Отечественные СО в бизнесе

Анализ отечественных СО

Раздел 7. Зарубежные СО в бизнесе

Анализ зарубежных СО

Раздел 8. Тенденции СО в бизнесе

Основные тенденции СО

Раздел 9. Тенденции СО в бизнесе (ч.2)

Основные тенденции СО

Раздел 10. Специфика продвижения инновационного бизнеса

Специфика продвижения инновационного бизнеса

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.21 Основы статистики и математический анализ

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Основы статистики и математический анализ» является:

обеспечивать формирование фундамента подготовки будущих специалистов в области математики и обработки экспериментальных данных, а также, создать необходимую базу для успешного овладения некоторыми специальными дисциплинами учебного плана.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы статистики и математический анализ» Б1.В.21 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Основы статистики и математический анализ» опирается на знания дисциплин(ы) «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

В соответствии с ФГОС:

– Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы статистики

Множества. Операции над множествами. Основные понятия статистики (генеральная совокупность, выборка). Вариационный ряд, полигон, гистограмма. Случайные события и действия над ними. Вероятность случайного события и требования к ней (аксиомы). Классическое определение вероятности. Геометрическое определение вероятности. Статистическое определение вероятности. Условная вероятность. Независимые события. Вероятность произведения событий. Формула полной вероятности. Формула Байеса. Повторные испытания. Случайные величины. Ряд распределения. Плотность непрерывной случайной величины. Числовые характеристики. Законы распределения. Закон больших чисел. Нормальный закон. Центральная предельная теорема. Статистики. Интервальное оценивание числовых характеристик и параметров распределения. Статистическое исследование зависимостей. Регрессия. Метод наименьших квадратов. Статистическая проверка гипотез.

Раздел 2. Основы математического анализа

Переменная величина. Понятие числовой функции. График функции. Преобразование графиков. Некоторые свойства функций. Предел функции. Производная и дифференциал функции. Геометрический смысл производной. Свойства производных. Правило дифференцирования сложной функции. Таблица производных. Производные и дифференциалы высших порядков. Аналитические приложения производных. Теорема Ферма. Теорема Ролля. Теорема Лагранжа. Правило Лопиталя. Монотонность и экстремумы функции. Выпуклость, вогнутость, точки перегиба графика функции. Асимптоты. Общая схема исследования функции и построения их графиков.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.22 Современная Россия и постсоветское пространство

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Современная Россия и постсоветское пространство» является:

изучение актуальных и многомерных процессов на постсоветском пространстве.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Современная Россия и постсоветское пространство» Б1.В.22 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Современная Россия и постсоветское пространство» опирается на знания дисциплин(ы) «Введение в коммуникационные специальности».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Распад СССР

Общий план курса. Распад СССР. Что такое «постсоветское пространство»?

Раздел 2. Теория интеграционных объединений

Понятие «интеграция». Теория интеграционных объединений. Разнообразие интеграционных объединений и международных организаций мира.

Раздел 3. Формирование СНГ

Формирование СНГ - ЕАЭС. Политика России на постсоветском пространстве

Раздел 4. Прибалтийские государства как часть постсоветского пространства

Прибалтийские государства как часть постсоветского пространства

Раздел 5. Страны Восточной Европы (Беларусь, Украина, Молдавия) как часть постсоветского пространства

Страны Восточной Европы (Беларусь, Украина, Молдавия) как часть постсоветского пространства

Раздел 6. Закавказье как часть постсоветского пространства

Закавказье как часть постсоветского пространства

Раздел 7. Центральноазиатские республики как часть постсоветского пространства

Центральноазиатские республики как часть постсоветского пространства

Раздел 8. Сепаратистские движения на постсоветском пространстве

Сепаратистские движения на постсоветском пространстве

Раздел 9. Взаимодействие постсоветского пространства с прочими регионами мира

Взаимодействие постсоветского пространства с прочими регионами мира

Раздел 10. Перспективы развития постсоветского пространства

Перспективы развития постсоветского пространства

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.23 Российская культура в контексте мирового культурного процесса

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Российская культура в контексте мирового культурного процесса» является:

систематизация и формирование целостного взгляда на русскую культуру в контексте эволюции мировой культуры.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Российская культура в контексте мирового культурного процесса» Б1.В.23 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Российская культура в контексте мирового культурного процесса» опирается на знания дисциплин(ы) «Культурология».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Международное сотрудничество в сфере культуры

Международное сотрудничество в сфере культуры

Раздел 2. Участие России в международных организациях культуры и культурных проектах.

Участие России в международных организациях культуры и культурных проектах

Раздел 3. Российские музеи, архивы и библиотеки в международных культурных проектах.

Российские музеи, архивы и библиотеки в международных культурных проектах

Раздел 4. Нормативно-правовая база и деятельность учреждений

Нормативно-правовая база и деятельность учреждений

Раздел 5. Рынок произведений искусства как фактор международных отношений.

Рынок произведений искусства как фактор международных отношений

Раздел 6. Основы современного мирового культурного процесса

Основы современного мирового культурного процесса

Раздел 7. Охрана культурных ценностей мировым сообществом в XXI в.

Охрана культурных ценностей мировым сообществом в XXI в.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.24 Персональная эффективность и тайм-менеджмент

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Персональная эффективность и тайм-менеджмент» является:

изучение основ персональной эффективности и тайм-менеджмента в условиях ресурсных ограничений, получение соответствующих навыков в сфере профессиональной специализации.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Персональная эффективность и тайм-менеджмент» Б1.В.24 является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Персональная эффективность и тайм-менеджмент» опирается на знания дисциплин(ы) «Теория и практика связей с общественностью».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6)

Содержание дисциплины

Раздел 1. теория тайм-менеджмента

направления исследований тайм-менеджмента, современные подходы к определению и характеристикам

Раздел 2. структура персональной эффективности

этапы и уровни персональной эффективности, анализ факторов, их определяющих

Раздел 3. классификации тайм-менеджмента

видовая дифференциация тайм-менеджмента в современных условиях

Раздел 4. специфика тайм-менеджмента в условиях ресурсных ограничений

влияние ресурсных ограничений на специфику тайм-менеджмента, факторы, их определяющие

Раздел 5. Персональная эффективность. Анализ факторов

анализ основных факторов персональной эффективности

Раздел 6. Видовая дифференциация тайм-менеджмента

основные виды тайм-менеджмента

Раздел 7. Видовая дифференциация тайм-менеджмента (ч.2)

основные виды тайм-менеджмента

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.25 Иностранный язык как средство межкультурной коммуникации в профессиональном общении

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Иностранный язык как средство межкультурной коммуникации в профессиональном общении» является:

формирование умений использовать языковые средства для осуществления межкультурной коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Иностранный язык как средство межкультурной коммуникации в профессиональном общении» Б1.В.ДВ.04.01 является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Иностранный язык».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Глобализация. Доминирующая роль английского языка в мире

Глобализация в политике, экономике, культуре. Английский — язык международного общения, официальный язык ведущих международных организаций.

Раздел 2. Структура организации. Проблемы трудоустройства. Лидерство

Иерархия должностей в компании. Отделы и должности. Требования к кандидатам. Подбор работы. Подбор кадров. Составление резюме. Прохождение интервью
Государственные и частные компании. Акционерные общества. Совместные предприятия. Слияние компаний и их реструктурирование. Организационная структура компаний и управление. Черты, присущие лидеру. Как стать успешным управляющим. Анализ личности выдающихся людей

Раздел 3. Корпоративная культура

Нормы профессионального этикета. Деловая этика. Стандарты поведения в компании. Дресс-код.

Раздел 4. Международные встречи, конференции.

Формирование повестки дня, ведение протокола. Подготовка и проведение международной конференции. Составление программ. Объявление о конференции.

Раздел 5. Презентация

Подготовка презентации. Особенности научного стиля. Подготовка тезисов доклада и текста доклада.

Раздел 6. Публичная речь. Работа PR менеджера

История PR. Масс-медиа. Этика маркетинга. Структура публичного выступления. Правила составления речи. Подготовка публичного выступления. Структурирование текста.

Раздел 7. Язык СМИ. Реклама. Бренд

Язык газетных заголовков. Структура газетной статьи. Виды рекламы. Способы продвижения продукции. Рекламная кампания.

Раздел 8. Кросс-культурная коммуникация

Межкультурные связи в профессиональной сфере. Общение в деловой сфере. Отношение ко времени. Особенности делового этикета

Общая трудоемкость дисциплины

324 час(ов), 9 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет, Экзамен

Б1.В.ДВ.01.01 История связи

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «История связи» является: изучение возникновения и развития мировой и отечественной связи (почты, телеграфа, телефона, радио, телевидения, интернета).

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «История связи» Б1.В.ДВ.01.01 является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «История (история России, всеобщая история)».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)
- Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Зарождение средств связи

Выделение человека из животного мира. Первая информационная революция. Язык как средство связи. Звуковые средства связи. Визуальные средства связи.

Раздел 2. Возникновение и развитие почты

Переход от присваивающего хозяйства к производящему - формирование аграрных обществ. Появление письменности как вторая информационная революция. Основные этапы развития письменности. Зарождение почты в Древнем мире. Почта в Западной Европе до конца XVIII в. Почта в России до середины XIX в. Промышленный переворот и его влияние на развитие почты. Почта в эпоху индустриализации

Раздел 3. Виды телеграфной связи и основные этапы ее развития

Зарождение и развитие механического телеграфа. Предпосылки создания электрического телеграфа. Совершенствование электромагнитного телеграфа (Зёммеринг, Шиллинг, Уитстон, Кук, Морзе, Д.Юз). Распространение телеграфа как средства связи.

Совершенствование телеграфа - появление многократного и частотного, многоканального

телеграфирования

Раздел 4. Возникновение, распространение и совершенствование телефонной связи

Изобретение телефона (Ч. Пейдж, И.Ф. Рейс, Э. Грей, А. Белл). Совершенствование микрофона. Создание и развитие телефонной коммутации. Распространение телефонной связи. Борьба с помехами - подготовка цифровой революции. Оптико-волоконная связь.

Раздел 5. Изобретение радио, освоение радиозэфира и основные виды радиосвязи

Изобретение радио: А. С. Попов или Г. Маркони? Освоение радиозэфира. Изобретение и совершенствование электронной лампы. Возникновение и развитие радиовещания. Возникновение и развитие радиолокации. Спутниковая связь. Изобретение и развитие мобильной связи.

Раздел 6. Создание и совершенствование телевидения

Первые опыты передачи изображения на расстояние. Изобретение Александра Бейна. Создание фототелеграфа. У истоков телевидения: от Артура Корна к Борису Розингу. Создание электромеханического телевидения. Изобретение электронного телевидения. Переход от черно-белого к цветному телевидению. Телевидение на современном этапе.

Раздел 7. Изобретение компьютера и создание интернета

Простейшие механические счетные устройства. Счетные машины Б. Паскаля и Г. В. Лейбница. Первые электро-механические счетные машины. Электромеханические счетные машины Г. Эйкена и К. Цузе. Изобретение первой ЭВМ. Пять поколений компьютера. Советские ЭВМ. Изобретение и совершенствование Интернета. Итоги третьей информационной революции.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.ДВ.01.02 История науки и техники

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «История науки и техники» является: формирование понимания развития науки и техники как социокультурного процесса, неразрывно связанного со всеми сферами общественной жизни – экономической, политической, социальной, культурной

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «История науки и техники» Б1.В.ДВ.01.02 является дисциплиной по выбору часть, формируемая участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется

изучением таких дисциплин, как «История (история России, всеобщая история)».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)
 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)
-

Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в дисциплину

Основные понятия истории науки и техники. Основные термины в области связи и телекоммуникаций. Взаимоотношения науки и техники. Периодизация истории науки и техники.

Раздел 2. Техника первобытного общества

Выделение человека из животного мира. Появление языка (речи) как первая информационная революция. Появление и применение простых орудий труда. Открытие огня и способов его добывания. Первое применение металла. Переход от присваивающего хозяйства к производящему. Простейшие средства передачи информации.

Раздел 3. Развитие техники в древних цивилизациях и начала науки. Наука античности.

Развитие техники и зарождение науки в древних цивилизациях: Египта, Шумера, Индии, Китая и др. Обособление ремесла от земледелия. Зарождение и основные этапы развития письменности: вторая информационная революция. Расцвет научных знаний античного мира. Развитие военной техники и вооружения. Почта древних цивилизаций. Простейшие счетные устройства.

Раздел 4. Научно-технические знания средневековья и эпохи Возрождения

Достижения арабо-мусульманской цивилизации в области науки (математика, астрономия, география, медицина, химия). Формирование системы научных знаний в средневековой Европе. Техника средневековья. Изобретение пороха и создание огнестрельного оружия. Средневековая почта Европы. Изобретение книгопечатания. Научные достижения и развитие техники в эпоху Возрождения, вклад Л. да Винчи. Изучение свойств электричества и магнетизма: работы Э.Гильберта др.

Раздел 5. Новое время. Наука и техника XVII-XVIII вв.

Научная революция XVII века. Конфронтация науки и религии. Развитие астрономии, математики, физики. Возникновение классической науки. Развитие механики и создание единой системы земной и небесной механики (Ньютон, Бернулли, Эйлер, Лагранж). Развитие науки в России (XVIII в.). М. В. Ломоносов. Технические достижения XVII-XVIII вв. Начало промышленной революции. Изобретение парового двигателя. Зарождение и развитие механического телеграфа. Появление счетных машин. Счетные машины Б. Паскаля и Г. Лейбница. Переход к индустриальному обществу

Раздел 6. Научные открытия и технические достижения XIX в.

Научные открытия XIX в. и их следствия: транспортная революция, техническое перевооружение производства. Создание, совершенствование и распространение электрического телеграфа (Зёммеринг, Шиллинг, Уитстон, Кук, Морзе, Юз). Третья информационная революция. Изобретение, совершенствование и распространение телефонной связи (Рейс, Грей, Бэлл). Борьба с помехами – подготовка цифровой революции. Создание предпосылок и изобретение радио. Первые опыты передачи изображения на расстояние. Изобретение А. Бейна. Картина мира к концу XIX в.

Раздел 7. XX в.: наука и технологии

Научная революция в естествознании в начале XX в. Теория относительности, квантовая теория атомных процессов. Научно-техническая революция. Влияние научных открытий на развитие техники: электрификация; транспорт, авиация. Развитие и распространение средств радиосвязи. Создание электромеханического телевидения. Изобретение электронного телевидения. Переход от черно-белого к цветному телевидению. Совершенствование вычислительной техники, АВМ, ЭВМ. Вторая волна научной революции 60-80-х гг.: спутниковая связь, научная основа космонавтики, мобильная связь, новые поколения ЭВМ, интернет, информационные технологии. Переход к информационному обществу.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.ДВ.02.01 Дизайн в рекламе

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Дизайн в рекламе» является: формирование творческого мышления, объединение знаний основных принципов создания рекламных образов с последующим выполнением дизайна рекламной продукции.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Дизайн в рекламе» Б1.В.ДВ.02.01 является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Основы рекламы»; «Реклама и связи с общественностью в бизнесе»; «Реклама и связи с общественностью в Интернете».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы компьютерной графики.

Применение средств и приемов компьютерной графики. Принципы колористики.
Компьютерные цветовые модели.

Раздел 2. Графический дизайн как основной инструмент рекламы.

Рекламные технологии, специфика и их основные особенности. Принципы создания эффективных публикаций. Фирменный стиль как дизайн-задача.

Раздел 3. Программные средства дизайна.

Основные форматы компьютерной графики. Программы компьютерной графики для полиграфии. Инструментальные и языковые средства создания веб-сайтов.

Раздел 4. Мультимедийные технологии в рекламе.

Презентация и реклама компании. Публикация презентации в Интернет. Прикладное ПО для разработки презентации.

Раздел 5. Художественные средства и приемы дизайна.

Художественные средства дизайна рекламной продукции и СМИ: типографика, графика, фотографика.

Раздел 6. Тестирование фирменного стиля. Критерии оценки.

Правила и этапы тестирования фирменного стиля. Брендбуки. Оценка оптимальности проектного решения.

Раздел 7. Разработка концепции дизайн-проекта

Мудборды, концепция, разработка макетов рекламных объектов

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.ДВ.02.02 Средства обработки и анализа данных

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Средства обработки и анализа данных» является:

сформировать у студентов системное представление о технологиях хранения

и анализа данных, их применении и инструментах.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Средства обработки и анализа данных» Б1.В.ДВ.02.02 является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Информатика»; «Управление ИТ-сервисами в гуманитарной сфере».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Средства обработки и анализа данных

Общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации; информационные технологии, информационные системы. Табличные процессоры как базовый инструмент информационных систем.

Раздел 2. Вычислительные возможности табличного процессора Excel

Числовая и логическая обработка данных в формульных выражениях. Функции.

Раздел 3. Обработка данных

Графическое представление данных. Сортировка и фильтрация табличных данных.

Консолидация данных. Аналитическая обработка данных, использование инструментария «Сводных таблиц», основы OLAP технологии.

Раздел 4. Основные понятия базы данных и СУБД

Понятие БД. Реляционные БД. Системы управления базами данных. Жизненный цикл БД.

Раздел 5. Проектирование баз данных

Этапы проектирования БД. Типы связей. Составление ТЗ.

Раздел 6. Создание баз данных

Создание таблиц и их связывание. Создание интерфейса БД. Создание запросов.

Автоматизация работы БД.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Б1.В.ДВ.03.01 Технологии ведения переговоров

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Технологии ведения переговоров» является:

формирование целостного представления о процессе, специфике, параметрах и закономерностях переговоров в деловом общении, комплексное изучение социально-психологических установок и личностных характеристик человека, относящихся к регуляции его социального поведения в процессе переговоров, а также усвоение основных психологических закономерностей, влияющих на эффективность профессионального взаимодействия. Дисциплина «Технологии ведения переговоров» должна способствовать развитию творческих способностей студентов, умению формулировать и решать задачи изучаемой специальности, умению творчески применять и самостоятельно повышать свои знания.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Технологии ведения переговоров» Б1.В.ДВ.03.01 является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Теория и практика связей с общественностью».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие и основные характеристики переговорного процесса

Современная Россия и проблема деловых переговоров. Деловые переговоры как самостоятельный вид профессиональной деятельности. Понятие деловых переговоров. Классификация деловых переговоров. Функции деловых переговоров.

Раздел 2. Стратегия и тактика ведения деловых переговоров

Стратегия ведения деловых переговоров. Тактика ведения деловых переговоров. Правила ведения деловых переговоров.

Раздел 3. Методы ведения деловых переговоров

Вариационный метод. Метод интеграции. Метод уравнивания. Компромиссный метод.

Раздел 4. Коммуникатор и коммуникант: анализ взаимодействия

Классификации коммуникативных личностей и стилей коммуникации и их роль в деловой коммуникации. Проявления индивидуально-психологических особенностей в процессе деловых коммуникаций. Техники и правила слушания. Приемы воздействия на оппонента.

Раздел 5. Этикет и деловые переговоры

Этика, мораль и этикет в деловых переговорах. Внешний облик и культура поведения на переговорах. Принципы международного бизнеса

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.ДВ.03.02 Технологии делового общения

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Технологии делового общения» является: освоение студентами этических основ, форм и сфер делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (и общественными) партнерами в рамках делового протокола, этических норм, требований этикета, сложившихся на основе исторической практики и отчасти закрепленных в нормативных документах и международных конвенциях.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Технологии делового общения» Б1.В.ДВ.03.02 является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Теория и практика связей с общественностью».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

В соответствии с ФГОС:

- Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции

Понятие общения. Философское осмысление феномена общения в истории человеческой мысли. Проблема общения в западной культуре XX века. XX век как век «антропологической философии». Экзистенциалистская и персоналистская парадигма осмысления человеческой коммуникации. Феноменологическая концепция проблем человеческого общения. Проблематика общения в концепции классического психоанализа. Социобиологическая, этологическая трактовка общения.

Раздел 2. Характеристики делового общения

Особенности делового общения. Цели и функции делового общения. Специфика и основные задачи деловой коммуникации. Характеристики делового общения: предметно-целевое содержание коммуникации, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия, взаимозависимость участников деловой коммуникации, коммуникативный контроль

Раздел 3. Социально-психологические аспекты делового общения

Деловое общение как восприятие людьми друг друга. Детерминанты межличностного восприятия. Атрибуции (приписывание) как источник ошибок при восприятии. Способы приписывания: «проекция», «эхо», «вера в первый взгляд».

Раздел 4. Объяснение и понимание

сущность объяснения и понимания

Раздел 5. виды общения

основные виды общения

Раздел 6. функции общения

основные функции общения

Раздел 7. технологии общения

основные технологии общения

Раздел 8. методы общения

основные методы общения

Раздел 9. направления общения

основные направления общения

Раздел 10. содержание общения

основное содержание общения

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.ДВ.04.01 Общая физическая подготовка

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Общая физическая подготовка» является: изучение и 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 жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Общая физическая подготовка» Б1.В.ДВ.04.01 является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как .

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Общая физическая и спортивная подготовка. Комплексное занятие

Общая физическая и специальная физическая подготовка. Комплексное занятие. Техника безопасности на занятиях по ОФП. Методика проведения комплексного занятия; Простейшие методики самооценки двигательной активности и суточных энергетических затрат. Повышение функциональных возможностей. Развитие основных физических качеств. Специальные контрольные упражнения, тесты ВСФК «ГТО»

Раздел 2. Ускоренное передвижение и легкая атлетика

Ускоренное передвижение и легкая атлетика. Методика индивидуального подхода и применения средств для направленного развития отдельных физических качеств. Упражнения для развития скоростно-силовых качеств, силовой выносливости, быстроты. Совершенствование техники бега. Прыжки и прыжковые упражнения

Раздел 3. Гимнастика и атлетическая подготовка

Гимнастика и атлетическая подготовка. Методы самоконтроля состояния здоровья, физического развития, функциональной подготовленности. Упражнения для развития ловкости, силы и силовой выносливости. Овладение техникой выполнения упражнений атлетической гимнастики

Раздел 4. Спортивные и подвижные игры

Спортивные и подвижные игры. Средства и методы мышечной релаксации в спорте. Основы методики организации судейства. Игры на месте, малоподвижные, подвижные, спортивные. Подвижные игры с использованием: общеразвивающих упражнений; прикладных упражнений; игровых заданий с элементами легкой атлетики, футбола, баскетбола, волейбола.

Раздел 5. Фитнес, функциональная тренировка

Фитнес, функциональная тренировка. Методы самооценки специальной физической и спортивной подготовленности. Воспитание необходимых физических качеств по видам и направлениям фитнеса

Раздел 6. Жизненно необходимые умения и навыки. Профессионально-прикладная физическая подготовка

Жизненно необходимые умения и навыки. Профессионально-прикладная физическая подготовка. Методики самостоятельного освоения отдельных элементов ППФП. Методика проведения производственной гимнастики с учетом заданных условий и характера труда. Совершенствование двигательных физических качеств, повышение функциональных возможностей. Формирование психической подготовленности

Общая трудоемкость дисциплины

328 час(ов),

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.ДВ.04.02 Адаптационная физическая подготовка

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Адаптационная физическая подготовка» является:

максимально возможное развитие жизнеспособности человека, имеющего отклонения в состоянии здоровья и обеспечение оптимального режима функционирования двигательных возможностей, духовных сил, их гармонизацию для самореализации в качестве социально и индивидуально значимого субъекта.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Адаптационная физическая подготовка» Б1.В.ДВ.05.02 является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Физическая культура и спорт».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
В соответствии с ФГОС:

- Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Общая физическая и спортивная подготовка. Комплексное занятие

Общая физическая и специальная физическая подготовка. Комплексное занятие Техника безопасности на занятиях по ОФП. Методика проведения комплексного занятия; Простейшие методики самооценки двигательной активности и суточных энергетических затрат. Повышение функциональных возможностей. Развитие основных физических качеств

Раздел 2. Ускоренное передвижение и легкая атлетика

Ускоренное передвижение и легкая атлетика. Методика индивидуального подхода и применения средств для направленного развития отдельных физических качеств. Упражнения для развития скоростно-силовых качеств, выносливости, быстроты, гибкости с учетом данных контроля и самоконтроля. Совершенствование техники бега. Прыжки и прыжковые упражнения

Раздел 3. Гимнастика и атлетическая подготовка

Спортивные и подвижные игры. Средства и методы мышечной релаксации в спорте. Основы методики организации судейства. Игры на месте, малоподвижные, подвижные, спортивные (адаптивные формы). Подвижные игры с использованием: общеразвивающих упражнений; прикладных упражнений; игровых заданий с элементами легкой атлетики, футбола, баскетбола, волейбола с учетом данных контроля и самоконтроля

Раздел 4. Спортивные и подвижные игры

Средства и методы мышечной релаксации в спорте. Методы спортивной тренировки. Комплексное занятие: упражнения для развития основных физических качеств (адаптивные формы).

Раздел 5. Фитнес, функциональная тренировка

Фитнес, функциональная тренировка. Методы самооценки специальной физической и спортивной подготовленности. Воспитание необходимых физических качеств по видам и направлениям фитнеса с учетом данных врачебного контроля. Индивидуальный выбор оздоровительных систем физических упражнений

Раздел 6. Жизненно необходимые умения и навыки. Профессионально-прикладная физическая подготовка

Жизненно необходимые умения и навыки. Профессионально-прикладная физическая подготовка. Методики самостоятельного освоения отдельных элементов ППФП. Методика проведения производственной гимнастики с учетом заданных условий и характера труда. Совершенствование двигательных физических качеств, повышение функциональных возможностей. Формирование психической подготовленности

Общая трудоемкость дисциплины

328 час(ов),

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.ДВ.04.03 Секции по видам спорта

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Секции по видам спорта» является: изучение и 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 жизни и профессиональной деятельности

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Секции по видам спорта» Б1.В.ДВ.05.03 является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Физическая культура и спорт».

Требования к результатам освоения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: В соответствии с ФГОС:

- Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Общая физическая и спортивно-техническая подготовка. Комплексное занятие
Техника безопасности. Методика проведения комплексного занятия Простейшие методики самооценки двигательной активности и суточных энергетических затрат

Раздел 2. Ускоренное передвижение и легкая атлетика

Методика индивидуального подхода и применения средств для направленного развития отдельных физических качеств. Упражнения для развития физических качеств, необходимых в избранном виде спорта

Раздел 3. Гимнастика и атлетическая подготовка

Методы самоконтроля состояния здоровья, физического развития, функциональной

подготовленности. Упражнения для развития ловкости, силы и силовой выносливости

Раздел 4. Спортивные и подвижные игры

Средства и методы мышечной релаксации в спорте. Основы методики организации судейства по избранному виду спорта. Овладение средствами спортивной тактики, техническими приемами в избранном виде спорта

Раздел 5. Фитнес, спортивная функциональная тренировка – «кроссфит»

Методы самооценки специальной физической и спортивной подготовленности по избранному виду спорта. Основные упражнения для тренировки по системе «кроссфит»

Раздел 6. Жизненно необходимые умения и навыки. Профессионально-прикладная физическая подготовка

Методики самостоятельного освоения отдельных элементов ППФП. Методика проведения производственной гимнастики с учетом заданных условий и характера труда.

Совершенствование двигательных физических качеств, повышение функциональных возможностей в избранном виде спорта

Общая трудоемкость дисциплины

328 час(ов),

Форма промежуточной аттестации

Зачет

3. Аннотации программ практик

производственной Б2.В.01.01(У) Профессионально-ознакомительная практика

Цели проведения практики

Целью проведения практики «Профессионально-ознакомительная практика» является: закрепление и углубление теоретических знаний; формирование и развитие профессиональных знаний; приобретение практических навыков; формирование компетенций, а также приобретение опыта самостоятельной профессиональной и научной деятельности, необходимых для последующей профессиональной деятельности.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

- закрепление на практике знаний и умений, полученных в процессе теоретического обучения;
- развитие профессиональных навыков;
- ознакомление с общей характеристикой объекта практики и правилами техники безопасности;

Место практики в структуре ОП

«Профессионально-ознакомительная практика» Б2.В.01.01(У) входит в блок 2 учебного плана, который относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и является обязательной составной частью образовательной программы по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

«Профессионально-ознакомительная практика» опирается на знания, полученные при изучении предшествующих дисциплин.

Требования к результатам освоения

В процессе прохождения практики студент формирует и демонстрирует следующие компетенции:

- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)
 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-6)
 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)
 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6)
-

Содержание практики

Раздел 1. Работа под руководством преподавателя

Работа под руководством преподавателя

Раздел 2. Работа под руководством преподавателя

Работа под руководством преподавателя

Общая трудоемкость дисциплины

360 час(ов), 10 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

производственной Б2.О.01.01(П) Профессионально-творческая практика

Цели проведения практики

Целью проведения практики «Профессионально-творческая практика» является: закрепление и углубление теоретических знаний; формирование и развитие профессиональных знаний; приобретение практических навыков; формирование компетенций, а также приобретение опыта самостоятельной профессиональной и научной деятельности, необходимых для последующей профессиональной деятельности.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

- закрепление на практике знаний и умений, полученных в процессе теоретического обучения;
 - развитие профессиональных навыков;
 - ознакомление с общей характеристикой объекта практики и правилами техники безопасности;
-

Место практики в структуре ОП

«Профессионально-творческая практика» Б2.О.01.01(П) входит в блок 2 учебного плана, который относится к обязательной части, и является обязательной составной частью образовательной программы по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

«Профессионально-творческая практика» опирается на знания, полученные при изучении предшествующих дисциплин, а также на знания и практические навыки, полученные при прохождении практик(и) «Профессионально-ознакомительная практика».

Требования к результатам освоения

В процессе прохождения практики студент формирует и демонстрирует следующие компетенции:

- Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4)
- Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-6)

- Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)
- способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-4)
- Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)
- Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3)

Содержание практики

Раздел 1. Работа под руководством преподавателя

Работа под руководством преподавателя

Общая трудоемкость дисциплины

324 час(ов), 9 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

производственной Б2.О.01.02(Пд) Преддипломная практика

Цели проведения практики

Целью проведения практики «Преддипломная практика» является: закрепление и углубление теоретических знаний; формирование и развитие профессиональных знаний; приобретение практических навыков; формирование компетенций, а также приобретение опыта самостоятельной профессиональной и научной деятельности, необходимых для последующей профессиональной деятельности.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

- закрепление на практике знаний и умений, полученных в процессе теоретического обучения;
- развитие профессиональных навыков;
- ознакомление с общей характеристикой объекта практики и правилами техники безопасности;
- подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы (или магистерской диссертации).

Место практики в структуре ОП

«Преддипломная практика» Б2.О.01.02(Пд) входит в блок 2 учебного плана, который относится к обязательной части, и является обязательной составной частью образовательной программы по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

«Преддипломная практика» опирается на знания и практические навыки полученные при изучении дисциплин и прохождении всех типов практик. «Преддипломная практика» является завершающей в процессе обучения и предшествует выполнению выпускной квалификационной работы.

Требования к результатам освоения

В процессе прохождения практики студент формирует и демонстрирует следующие компетенции:

- Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1)
- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)
- Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3)
- Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4)
- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)
- Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-6)
- Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)
- Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)
- способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-4)
- Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПКО-1)
- Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)
- Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3)

- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1)
- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)
- Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)
- Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4)
- Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5)
- Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6)
- Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7)
- Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов (УК-8)
- Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9)
- Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности (УК-10)

Содержание практики

Раздел 1. Преддипломная практика

Преддипломная практика

Общая трудоемкость дисциплины

324 час(ов), 9 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

4. Аннотация программы ГИА

«Государственная итоговая аттестация»

Цели и задачи дисциплины

Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения студентами основной профессиональной образовательной программы высшего образования требованиям федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС ВО) по направлению

подготовки (специальности) «42.03.01 Реклама и связи с общественностью», ориентированной на следующие виды деятельности:

- авторский
- проектный
- маркетинговый
- организационный
- социально-просветительский.

Место дисциплины в структуре ОП

В соответствии с учебным планом государственная итоговая аттестация проводится в конце последнего года обучения. При условии успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в итоговую государственную аттестацию, выпускнику присваивается соответствующая квалификация.

Требования к результатам освоения

Программа ГИА направлена на оценку результатов освоения обучающимися образовательной программы и степени овладения следующими профессиональными компетенциями (ПК):

В соответствии с ФГОС:

- Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1)
- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)
- Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3)
- Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4)
- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)
- Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-6)
- Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)
- Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПК-2)

- способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-4)
- Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПКО-1)
- Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)
- Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3)
- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1)
- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)
- Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)
- Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4)
- Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5)
- Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6)
- Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7)
- Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов (УК-8)
- Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9)
- Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности (УК-10)

Содержание

Подготовка и защита выпускной квалификационной работы

Общая трудоемкость дисциплины

324 час(ов), 9 ЗЕТ