

**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

«Медиакоммуникации в цифровой сфере»

Санкт-Петербург

1. Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей) базовой части

Б1.О.01 Философия

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Философия» является: формирование философского способа мышления, понимание суммы полученных знаний в связи с наиболее общими принципами познания и идеями 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.

Историсофия 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 России»; «Философия».

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, становление института 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

108 час(ов), 3 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 как метанауки

Парадигмы, школы, объект и предмет психологии

Раздел 2. Психические явления

Когнитивные, эмоционально-волевые, мотивационные аспекты психики. Личность и интеллект.

Раздел 3. Социальная психология

Социально-психологические эффекты

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

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 государства

Сущность государства, виды государственных форм и устройства

Раздел 2. Теория права

Сущность права, виды правовых форм

Раздел 3. Эволюция государственно-правовой мысли

История государственно-правовой мысли, современные тенденции государственно-правовой мысли

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.Б.10 является базовой дисциплиной цикла 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.

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.

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. Многозначные 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 России

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «История России» является: формирование у обучающихся представления об историческом прошлом России в указанный период и складывание на основе полученных знаний профессиональных навыков и умений их применения на практике.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «История России» Б1.О.08 является дисциплиной обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «История России» 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

Понятие «истории». Объект, предмет, методология исторической науки. Появление человека на территории Восточной Европы. Неандертальцы, современные люди. Послеледниковый период, неолитическая революция, производящее хозяйство. Конец былого равенства людей. Индоевропейцы и первый «раздел Европы». Расселение индоевропейцев. Место славян среди индоевропейцев. Первые нашествия. Греческие колонии и скифы. Появление восточного славянства и новые соседи. Другие народы на территории будущей России в древности. Великое переселение народов и Восточная Европа. Первое восточнославянское государство. Борьба с аварами и хазарами.

Раздел 2. Русские земли и мир в средние века (V - XV вв.)

Переход Европы от античности к феодализму. Восточнославянские племена VIII - IX вв. Первые русские князья (Рюрик - Ольга). Правление Святослава. Русь во времена Владимира Святославича. Основные черты русской истории к началу XI в. Вторая междоусобица на Руси. Борис и Глеб - князья-мученики. Борьба Ярослава с Мстиславом Тмутараканским и новое объединение Руси. Расцвет Руси при Ярославе Мудром. Митрополит Иларион. Государственная власть. Становление раннефеодальных отношений. Города, торговля, войско. Христианизация и её последствия. Средневековье как стадия исторического процесса в Западной Европе, на Востоке и в России. Междоусобица на Руси в 70-е гг. XI в. Междоусобицы в доме Романовых. Начало военной деятельности Владимира Мономаха. Трагедия 1096 - 1097 гг. Крестовый поход в степь 1111 г. Восстание 1113 г. и эпоха Владимира Мономаха. Смерть Мстислава Великого и начало политической раздробленности Руси. Владимиро-Суздальское княжество и Галицко-Волынское княжество. «Господин Великий Новгород». Утрата Киевом влияния.

Понятие «земель» и «уделов». Культура и быт Руси в X – нач. XIII в. Рождение монгольской державы. Завоевания монголов. Батыево нашествие на Русь. Завоевание остальной Руси. Тюркские народы в составе Золотой орды. Татаро-монгольское владычество. Католическая экспансия на Русь. Александр Невский. Ледовое побоище. Русь и Золотая Орда при Александре Невском. Возвышение новых русских центров. Борьба Твери и Москвы за первенство. Возвышение Москвы. Иван Калита. Вильно или Москва? Литва как третий центр объединения русских земель. Начало борьбы с Ордой. Куликовская битва. Эпоха Возрождения в Зап. Европе. Роль православной церкви в объединении Руси. Феодалная война сер. XV в. Великие географические открытия и начало нового времени в Зап. Европе. Иван III - государь всея Руси. Освобождение от ордынского владычества. Централизация государственной власти. Ордынское влияние на московское гос-во. Выход Руси на международную арену. Формирование многонационального государства. Хозяйство и люди. Государство и церковь. Культура и быт XIV - XV вв.

Раздел 3. Россия и мир в XVI – XVII вв.

Правление Василия III. Борьба боярских группировок за власть. Реформы Избранной рады. Внешняя политика Ивана IV. Превращение России в евразийскую державу. Опричнина. От централизации к феодальной диктатуре. Начало освоения Сибири. Кризис власти. Конец династии Рюриковичей. Борис Годунов. Европа в эпоху позднего феодализма. Великий голод и начало Смуты. Триумф и трагедия Лжедмитрия. Кризис государства и общества в России. Спасители Отечества и путь к абсолютной монархии. Умиротворение страны и возрождение самодержавия. Налаживание мирной жизни, урегулирование внешнеполитических противоречий. Новые явления в русской культуре в XVI в. Речь Посполитая: этносоциальное и политическое развитие. Первые буржуазные революции в Европе. Начало правления Алексея Михайловича. Рост социального напряжения в стране. Уложение 1649 г. Развитие хозяйства. Внешняя политика правительства второго Романова. Присоединение Левобережной Украины к России. Внутреннее положение России в последние годы правления Алексея Михайловича. Реформа церкви и раскол. Усиление царской власти. «Бунташный век». Европейский абсолютизм. Правление Федора Алексеевича. Регентство царевны Софьи и приход к власти Петра I. Неславянские народы России в XVII в. Окончательное присоединение Сибири. Культура и быт России в XVII в.

Раздел 4. Россия и мир в XVIII – XIX вв.

XVIII в. в европейской и мировой истории. Первые годы правления. Начало Северной войны. Превращение России в великую державу. Реформы Петра I. Реформы в области культуры, науки, образования. Россия при преемниках Петра I. Правление Елизаветы Петровны и стабилизация страны. Петр III и новая попытка европеизации страны. Культура и быт России во второй половине XVIII в. Первые годы правления Екатерины II. Расцвет дворянской империи. Внешняя политика России во второй половине XVIII в. Экономика и население России во второй половине XVIII в. Правление Павла I. Европейский путь от просвещения к революции. Влияние Наполеоновских войн на буржуазную эволюцию. Первые годы правления Александра I. Внешняя политика России в начале XIX в. Отечественная война 1812 г. Заграничный поход русской армии. Венский конгресс. Жизнь России после Отечественной войны 1812 г. Движение декабристов. Российская империя после восстания декабристов: психологические и политические последствия. Николай I, преобразования в государственном управлении. Крестьянский вопрос. На страже порядка и спокойствия империи: А. Бенкендорф и С. Уваров. «Теория официальной народности». Польское восстание 1830 - 1831 гг. Кавказские войны. Россия и европейские дела. Крымская война и Парижский мирный договор 1856 г. Русская

культура в пер. пол. XIX в. Американская революция и возникновение США. Император Александр II и падение крепостного права в России. Сельское хозяйство после ликвидации института крепостной зависимости. Реализация программы социальных преобразований. Характер индустриальной модернизации России. Промышленность до и после Манифеста 19 февраля 1861 г. Расстановка политических сил в Европе и восстание в Польше 1861 - 1863 гг. Теории народнического социализма. Явление русского политического терроризма. Присоединение к России Средней Азии. Русско-турецкая война 1877 - 1878 гг. Рост социальной напряженности в стране. Убийство Александра II. Централизация и формирование национальной культуры.

Раздел 5. Россия и мир в конце XIX - начале XX вв.

Основные тенденции мирового развития в XIX в. Основные черты внутренней политики России при Александре III. Роль России в «концерте» мировых держав и заключение франко-русского союза. Николай II, самодержавие - русская форма государственного правления. Сословно-государственная регламентация. Привилегированные и непривилегированные слои населения. Исторический феномен русской интеллигенции. Государственный аппарат. Армия и флот. Полиэтничность, национальная политика и межэтнические отношения. Международные отношения на рубеже XIX - XX вв. Промышленная модернизация России. Золотовалютный стандарт. Социально-имущественная дифференциация. Богатые и бедные. Наемные труженики, рабочее законодательство, забастовки. Русско-японская война 1904 - 1905 гг. Начало революционных потрясений в России. Рабочие, политические, национальные движения. Русская культура во втор. пол. XIX - нач. XX вв. Мировое революционное движение: причины, движущие силы, проблемы. Первая российская революция 1905 - 1907 гг. Революционное движение 1905 г. Манифест 17 октября. Государственно-правовая трансформация монархической системы. Главные политические партии России. Марксизм в России. Плеханов и Ленин. Меньшевики и большевики. Первая и Вторая Государственные думы. Закон 3 июня 1907 г. Третья Государственная Дума. П.А. Столыпин и его программа аграрного переустройства. Экономический подъем 1910 - 1913 гг. Балканский узел. Первая мировая война: предпосылки, общий ход боевых действий, итоги. Место России в мировой системе военно-стратегических коалиций. Вступление России в первую мировую войну. Ход военных действий в 1914 - 1915 гг., общественные настроения. Фронт и тыл: единение и противостояние. Февраль 1917 г. в Петрограде.

Раздел 6. Россия и мир в XX в.

Отречение Николая II. Начало Великой российской революции: от февраля к октябрю. Обострение политической борьбы. Пролог Гражданской войны. Октябрьский переворот. Начальный этап Гражданской войны. Брест: «революционный» выход из мировой войны. Политика «военного коммунизма». Белые и красные. Военная интервенция стран Антанты в Россию (1918 - 1921). Советско-польская война и ее результаты (1919 - 1921). Особенности международных отношений в межвоенный период. Россия в годы НЭПа. Образование СССР. Новые реалии советской политической системы. Сталинская «революция сверху». Альтернативы развития западной цивилизации в конце 20-х - в 30-е гг. XX в. Изменение механизма власти. Советское общество накануне войны. Массовый террор: истоки и последствия. Советская культура 1917 - 1940 гг. Японская агрессия на Дальнем Востоке. Советский Союз накануне войны. Советско-финская война 1939-1940 гг. Японо-китайская война 1937 - 1945 гг. Вторая мировая война 1939 - 1945 гг. (периодизация, основные театры военных действий). Советско-германское взаимодействие накануне войны. Начало Великой Отечественной войны. Коренной перелом в ходе войны. Разгром Германии и Японии. Международные отношения в послевоенном мире. Начало холодной войны и гонки вооружений. Возвращение СССР к

мирной жизни. Страна накануне реформ. Формирование третьего мира. Развитие стран Востока во второй половине XX в. Смена власти в Кремле. Начало десталинизации. Реформы Н. С. Хрущева. Социально-экономическое развитие СССР в условиях реформ. Последние годы правления Хрущева. Культурная жизнь СССР в середине 40 - начале 60-х гг. Трансформация капиталистической системы: причины, основные тенденции, особенности. Смена политического курса. Стабилизация по-брежневски. Советское общество на переломе. Реформы экономики 1960 - 1970-х гг.: годы упущенных возможностей. Между разрядкой и конфронтацией. Нарастание противоречий в экономике. Экономические реформы в годы перестройки. Демонтаж советских политических структур. Распад СССР. Культура СССР во второй половине 60-х-80-е гг.

Раздел 7. Россия и мир в XX - начале XXI вв.

Многополярный мир в начале XXI в. Россия накануне нового тысячелетия (90-е гг. XX в.). Россия в начале XXI в. Внешняя политика России в конце XX - начале XXI в. Современные проблемы человечества и роль России в их решении. Культурная жизнь России в 90-е годы XX - начале XXI вв.

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

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

396 час(ов), 11 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 Социальные проблемы цифровой среды

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Социальные проблемы цифровой среды» является:

изучение основных социальных проблем современного процесса трансформации цифровой среды.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Социальные проблемы цифровой среды» 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 «Деловые и межличностные коммуникации»; «Правовое регулирование медиасферы»; «Социология».

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

Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие цифровой среды

Сущность и содержание цифровой среды

Раздел 2. Направления функционирования цифровой среды
Классификация направлений функционирования цифровой среды
Раздел 3. Основные социальные проблемы цифровой среды
Социальное пространство и цифровая среда: особенности функционирования

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

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. Коммуникативные профессии: история и современность
Анализ профессионального рынка СО и рекламы

Раздел 2. Истоки формирования коммуникативных профессий
Исторический экскурс в генезис и эволюцию профессиональной сферы

Раздел 3. Цели, задачи и функции рекламной и СО-деятельности: общее и особенное
Изучение основных направлений деятельности специалиста по СО и рекламе, основных функций и целей профессиональной деятельности

Раздел 4. Особенности рынка рекламы и связей с общественностью
Отечественный и зарубежный рынок СО услуг и рекламы

Раздел 5. Сегменты рынка рекламы и связей с общественностью.
Сегментация рынка профессиональных услуг; факторы, определяющие тенденции развития рынка рекламы и СО

Раздел 6. Процесс профессиональной институционализации и его атрибуты: профессиональные ассоциации и конкурсы
Искусство специалиста по рекламе и СО, этапы формирования и направления совершенствования

Раздел 7. Современные коммуникационные профессии
Классификации современных коммуникационных профессий

Раздел 8. Современные коммуникационные профессии (ч.2)
Особенности современных коммуникационных профессий

Раздел 9. Рынок современных коммуникационных профессий
Сегментация рынка современных коммуникационных профессий

Раздел 10. Рынок современных коммуникационных профессий (ч.2)
Тенденции рынка современных коммуникационных профессий

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.0.15 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 паблик рилейшнз. Периодизация развития паблик рилейшнз в современной России. Сферы паблик 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 паблик 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, паблик 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 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»; «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 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.

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

Раздел 2. Анализ современных СМИ

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

Раздел 3. Современная медиаиндустрия

Структура мировой и российской медиаиндустрии. Экономические, социальные и политические аспекты медиаиндустрии

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. Курсовая работа

Б1.О.20 Технологии формирования имиджа и бренда

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Технологии формирования имиджа и бренда» является:
изучение основных технологий формирования имиджа и бренда.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Технологии формирования имиджа и бренда» Б1.О.19 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 разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-4)

Содержание дисциплины

Раздел 1. понятие имиджа

сущность и содержание имиджа

Раздел 2. понятие бренда

сущность и содержание бренда

Раздел 3. технологии формирования имиджа

классификация технологий формирования имиджа

Раздел 4. технологии формирования бренда

классификация технологий формирования бренда

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

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

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью, рекламы и медиасферы» является:
изучение правовых основ СО, рекламы и медиасферы

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Правовое регулирование связей с общественностью, рекламы и медиасферы» 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 «Введение в коммуникационные специальности».

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)

Содержание дисциплины

Раздел 1. правовое регулирование СО

содержание правового регулирования СО

Раздел 2. правовое регулирование рекламы

содержание правового регулирования рекламы

Раздел 3. правовое регулирование медиасферы

содержание правового регулирования медиасферы

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.О.22 Этическое регулирование в сфере медиакоммуникаций

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Этическое регулирование в сфере медиакоммуникаций» является:
изучение основ этического регулирования в сфере медиакоммуникаций.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Этическое регулирование в сфере медиакоммуникаций» 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 «Деловые и межличностные коммуникации».

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. Теория этики

Сущность и содержание этики

Раздел 2. Принципы этического регулирования

Классификация принципов этического регулирования

Раздел 3. Факторы этического регулирования

Классификация факторов этического регулирования

Раздел 4. Специфика этического регулирования в сфере медиакоммуникаций

Особенности этики медиапространства

Раздел 5. Особенности этики медиапространства

Особенности этики медиапространства

Раздел 6. Особенности этики медиапространства

Особенности этики медиапространства

Раздел 7. Особенности этики медиапространства

Особенности этики медиапространства

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.23 Речевая коммуникация в рекламе и медиасфере

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Речевая коммуникация в рекламе и медиасфере» 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 рекламе и медиасфере» 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 «Введение в коммуникационные специальности».

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. Медиатекст как форма коммуникации.

Видовое и жанровое разнообразие медиатекстов: сущностные и типологические особенности.

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.О.24 Менеджмент

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Менеджмент» является: познакомить студентов с проблемами управления в организациях, с историей менеджмента и развитием концепций, лежащих в его основе.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Менеджмент» Б1.О.23 является дисциплиной обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Менеджмент» 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 социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение. Основные концепции менеджмента

Введение. 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.

Характеристики 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. Типы траекторий достижения цели. Представление траектории достижения целей в виде графов.

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. Алгоритмы формирования линейно-функциональной организационной структуры на базе системного подхода

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 массовых коммуникаций

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Социология массовых коммуникаций» 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 массовых коммуникаций» Б1.О.24 является дисциплиной обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины «Социология массовых коммуникаций» 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 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. Введение в социологию массовых коммуникаций

Становление массовых коммуникаций. Роль массовых коммуникаций в жизни современного общества. Концепции массовых коммуникаций в контексте классической социальной теории.

Раздел 2. Основные понятия социологии массовых коммуникаций

Субъект коммуникации. Цель коммуникации. Уровень коммуникации. Средства коммуникации. Результат коммуникации.

Раздел 3. Средства массовой информации как социальный институт

Возникновение СМИ. Типология СМИ. Задачи СМИ. Экономические, политические, социальные, культурные условия эффективности СМИ.

Раздел 4. Средства информирования как пространство массовой коммуникации

Особенности коммуникации в СМИ. Влияние СМИ на структуру и динамику общественных отношений

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен. Курсовая работа

Б1.О.26 Психология массовых коммуникаций

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является:

формирование системного представления о природе психических явлений и психологических закономерностях процессов массовой коммуникации, психологии массового восприятия информации с помощью СМИ (телевидение, радио, печатных изданий, Интернета), а также рекламы как формы массовой коммуникации. 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 массовых коммуникаций» Б1.О.26 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».

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. Психология массовой коммуникации как метанаука

Специфика, объект и предмет массовых коммуникаций. Определение массовых коммуникаций. Структура личности как базовосприятия информации: мотивационные, аффективные, когнитивные и социально-психологические феномены. Типология аудитории. Сегментация аудитории

Раздел 2. Эмоциональные компоненты массовых коммуникаций

Аффективные компоненты массовых коммуникаций: классификация индивидуальных и массовых эмоциональных феноменов. Базовые эмоции и чувства, аффекты. Массовые настроения, массовая паника, массовая агрессия: этапы развития, свойства и способы управления

Раздел 3. Когнитивные компоненты массовых коммуникаций

Когнитивные компоненты массовых коммуникаций. Образные психически познавательные процессы: первичные (ощущение, восприятие) и вторичные (представление, воображение). Мышление и его специфика. Типы мышления. Сквозные психические процессы и их специфика (память, внимание, речь). Процесс восприятия в массовых коммуникациях.

Раздел 4. Мотивационные компоненты массовых коммуникаций

Мотивационные компоненты массовых коммуникаций: мотивы, ожидания, установки, потребности, интересы. Мотивы обращения к СМК. Осознаваемые (ценности, убеждения) и бессознательные (влечения, коллективное бессознательное, архетипы, мифы, предрассудки) побудительные факторы. Применение психологических концепций в МК. Классический бихевиоризм и медиациентрированный подход. Психоанализ в рекламе и пропаганде. Гештальт-психология, когнитивное и гуманистическое направления в психологии и человекоцентрированная парадигма. Информационный подход к потребностям.

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

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 «Введение в коммуникационные специальности».

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-кампании

Содержание этапа

Раздел 14. Бюджет СО-кампании

Вариации бюджета

Раздел 15. Реализация СО-кампании

Особенности реализации

Раздел 16. Оценка эффективности СО-кампании

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

252 час(ов), 7 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет, Экзамен

Б1.О.28 Основы управления проектами в медиасфере

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Основы управления проектами в медиасфере» является:

формирование целостного представления о технологиях проектирования в медиасфере.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы управления проектами в медиасфере» 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 «Основы теории коммуникации».

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. Инструменты и ресурсы проектирования.

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

Раздел 3. Технологии управления проектами в медиасфере.

Инструментальное оснащение и технологии управления проектами в медиасфере.

Раздел 4. Креативная составляющая проектных решений в медиасфере.

Техники креативного мышления. Творческие стратегии проектной деятельности в медиасфере.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет. Курсовая работа

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.29 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

Б1.О.30 Основы российской государственности

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Основы российской государственности» является:

формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы российской государственности» Б1.О.30 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 России».

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. Что такое Россия

Страна в её пространственном, человеческом, ресурсном, идейно- символическом и нормативно- политическом измерении

Раздел 2. Российское государство- цивилизация

Исторические, географические, институциональные основания формирования российской

цивилизации. Концептуализация понятия «цивилизация»

Раздел 3. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации

Мировоззрение и его значение для человека, общества, государства

Раздел 4. Политическое устройство России

Объективное представление российских государственных и общественных институтов, их истории и ключевых причинно- следственных связей последних лет социальной трансформации

Раздел 5. Вызовы будущего и развитие страны

Сценарии перспективного развития страны и роль гражданина в этих сценариях

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

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. Структура, функции культурологии. Теоретическая и прикладная культурология. Методы культурологии.

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

B1.B.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». Статус и функции науки в современном обществе. 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 и научные парадигмы

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.

Методы интерпретации и объяснения научных теорий. Проблема герменевтического круга. «Истина и метод» Х.-Г.Гадамера. Логика и методы убеждения в системах объяснения. Понимание как состояние и процесс. Понимание как интересубъективность. 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

Постановка и развитие научных проблем. 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.

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 4Р, концепция 7Р, концепция 4С, концепция 4А. 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 7P. 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) «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)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы управления общественным мнением

Определение, компоненты, свойства, динамика общественного мнения

Раздел 2. Исследования общественным мнением

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 Управление онлайн сообществом

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Управление онлайн сообществом» является:

Освоение современных социально-психологических технологий управления сообществом (группой) в виртуальном (цифровом) пространстве.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Управление онлайн сообществом» 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 «Управление онлайн сообществом» опирается на знания дисциплин(ы) «Интернет-реклама».

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. Онлайн сообщества

Структура и целевые аудитории онлайн сообщества

Раздел 2. Теория управления сообществом

Подходы к управлению онлайн сообществом

Раздел 3. Технологии управления онлайн сообществом

Коммуникационные технологии взаимодействия участников сообщества. Рейтинги как

механизм управления сообществом.

Раздел 4. Факторы развития онлайн сообщества

Социальные, технологические, экономические факторы развития онлайн сообщества

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.08 История рекламы и масс-медиа

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «История рекламы и масс-медиа» 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 и масс-медиа» 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 и масс-медиа» 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 развития рекламы и медиа.

Зарождение рекламных и медийных коммуникаций в Античности. Реклама в Средневековую эпоху. Начало журналистики.

Раздел 3. Реклама и медиа в Новое время.

Развитие западной рекламы в XVI-XIX столетиях. Особенности эволюции российской рекламы. Основные тенденции в развитии медиа в XVI-XIX столетиях.

Раздел 4. Эволюция рекламных коммуникаций и масс-медиа в Новейшее время.

Технологический бум и особенности рекламных коммуникации в XX веке.

Западноевропейская и североамериканская реклама в XX веке. Общественные процессы и развитие масс-медиа XX века. 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, медиа и пресс-служб

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Организация работы отделов рекламы, медиа и пресс-служб» является:
изучение основ организации работы отделов рекламы, медиа и пресс-служб.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы, медиа и пресс-служб» Б1.В.09 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 «Организация работы отделов рекламы, медиа и пресс-служб» опирается на знания дисциплин(ы) «Речевая коммуникация в рекламе и медиасфере».

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. Теория организации

Сущность и содержание теории организации и управления коллективом

Раздел 2. Организация работы отделов рекламы

Структура и содержание деятельности отделов рекламы

Раздел 3. Организация работы отделов медиа

Структура и содержание деятельности отделов медиа

Раздел 4. Организация работы пресс-служб

Структура и содержание деятельности пресс-служб

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

Факторы, усложняющие кризисные коммуникации.

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

Основные правила работы СО- службы в кризисной организации.

Раздел 9. Направления антикризисной коммуникации
Примеры решения кризисных ситуаций с помощью СО-средств.
Раздел 10. Направления антикризисной коммуникации (ч.2)
Виды антикризисной коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.11 Медиа и вэб-аналитика

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Медиа и вэб-аналитика» является:
изучение основ медиа и веб-аналитики.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Медиа и вэб-аналитика» 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 «Медиа и вэб-аналитика» опирается на знания дисциплин(ы) «Теория и практика медиакоммуникаций».

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. Данные в медиасфере

Работа с данными в сфере медиакоммуникаций

Раздел 2. Медиа-аналитика

формы медиапространства, особенности онлайн медиа-пространства. Анализ данных медиа

Раздел 3. Технологии веб-аналитики

Классификация технологий веб-аналитики. Интернет-сервисы веб-аналитики
Раздел 4. Оценка эффективности интернет-продвижения
Оценка эффективности интернет-продвижения

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.12 Работа с цифровым видео-контентом

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Работа с цифровым видео-контентом» является:

Сформировать навыки работы с видео-контентом в целях осуществления рекламной и PR-деятельности

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Работа с цифровым видео-контентом» 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 «Работа с цифровым видео-контентом» опирается на знания дисциплин(ы) «Дизайн в рекламе».

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. Видео-контент как средство и объект продвижения

Понятие и принципы цифрового видео-контента

Раздел 2. Виды видео-контента

Классификация цифрового видео-контента

Раздел 3. Видео-контент для социальных сетей

Основы и особенности цифрового видео-контента для социальных сетей

Раздел 4. Программное обеспечение для работы с видео-контентом

Особенности программного обеспечения. Примеры

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.13 Публичные выступления и спичрайтинг

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Публичные выступления и спичрайтинг» является:

Получение опыта и развитие навыков публичного выступления

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Публичные выступления и спичрайтинг» Б1.В.13 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 «Публичные выступления и спичрайтинг» опирается на знания дисциплин(ы) «Основы конфликтологии».

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. Рекомендации по подготовке к выступлению

Разбор рекомендаций по подготовке к публичному выступлению

Раздел 2. Организационно-технические аспекты публичного выступления

Проработка организационных и технических аспектов удачного публичного выступления

Раздел 3. Рекомендации по работе с аудиторией

Разбор рекомендаций при активной работе с аудиторией во время выступления

Раздел 4. Наиболее распространенные ошибки при выступлении

Разбор и проработка ошибок при публичном выступлении

Раздел 5. Специфика выступлений в формате видеоконференции

Работа с форматом видеоконференции, проработка выступления в данном формате

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.14 Медиапланирование и оценка эффективности коммуникационных кампаний

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Медиапланирование и оценка эффективности коммуникационных кампаний» является:

освоение знаний о возможностях и особенностях подготовки и осуществления медиапроектов

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Медиапланирование и оценка эффективности коммуникационных кампаний» Б1.В.14 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 «Медиапланирование и оценка эффективности коммуникационных кампаний» опирается на знания дисциплин(ы) «Теория и практика рекламы и связей с общественностью».

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. Сущность медиапланирования

Понятие и содержание деятельности по медиапланированию

Раздел 2. Организация коммуникационных кампаний

Структура и классификация коммуникационных кампаний

Раздел 3. Критерии и факторы оценки эффективности коммуникационных кампаний

Содержание оценки эффективности. Критерии.

Раздел 4. Ресурсные ограничения в медиапланировании

Виды ресурсных ограничений. Риски снижения эффективности медиа.

Общая трудоемкость дисциплины

144 час(ов), 4 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.15 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.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 «Персональная эффективность и тайм-менеджмент» опирается на знания дисциплин(ы) «Деловые и межличностные коммуникации»; «Консалтинг в связях 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. Теоретические основы тайм-менеджмента

Значение управление тайм-менеджментом для профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе. Понятие и история тайм-менеджмента. Технология, принципы и правила тайм-менеджмента.

Раздел 2. Методы тайм-менеджмента

Целеполагание, планирование, расстановка приоритетов, самомотивация

Раздел 3. Практический тайм-менеджмент

Корпоративный тайм-менеджмент, тайм-менеджмент руководителя, планирование достижений.

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.16 Цифровые коммуникации в государственном управлении и политике

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Цифровые коммуникации в государственном управлении и политике» является:

изучение факторов и технологий цифровых коммуникаций в государственном управлении и политике.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Цифровые коммуникации в государственном управлении и политике» Б1.В.16 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 «Цифровые коммуникации в государственном управлении и политике» 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. Теория государственного управления и политики

Сущность и содержание теории государственного управления и политики

Раздел 2. Цифровые коммуникации в современном обществе

Классификация цифровых коммуникаций в современном обществе

Раздел 3. Технологии цифровых коммуникаций

Использование технологий цифровых коммуникаций в современном обществе

Раздел 4. Факторы цифровых коммуникаций в государственном управлении и политике

Особенности цифровых коммуникаций в государственном управлении и политике

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.17 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 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. 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.18 Структура и индустрия медиасреды

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Структура и индустрия медиасреды» является:

изучение структуры и индустрии медиасреды.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Структура и индустрия медиасреды» Б1.В.19 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 «Структура и индустрия медиасреды» 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. понятие медиасреды

сущность и содержание медиасреды

Раздел 2. структура медиасреды

уровни медиасреды

Раздел 3. индустрия медиасреды

характеристики индустрии медиасреды

Раздел 4. технологии медиасреды

классификация технологий медиасреды

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.19 Интернет-реклама

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Интернет-реклама» является:
изучение особенностей интернет-рекламы, ее структурных элементов и особенностей создания контента.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Интернет-реклама» 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 «Интернет-реклама» опирается на знания дисциплин(ы) «Теория и практика рекламы и связей с общественностью».

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. понятие интернет-рекламы

подходы к определению интернет-рекламы

Раздел 2. виды интернет-рекламы

классификации интернет-рекламы

Раздел 3. функции интернет-рекламы

классификаций функций и основных направлений деятельности в интернет-рекламе

Раздел 4. технологии интернет-рекламы

способы создания контента в интернет-рекламы

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.20 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.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 «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. Фоностилистика. 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.21 Новейшие медиа-технологии

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Новейшие медиа-технологии» является: изучение теории и практики медиа-технологий, анализ современных тенденций.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Новейшие медиа-технологии» 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 «Новейшие медиа-технологии» 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 понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-6)

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теория медиа-коммуникаций

сущность и содержание медиа-коммуникаций

Раздел 2. Основные медиа-технологии

классификация медиа-технологий

Раздел 3. Техники и технологии современных медиа

основные техники и технологии современных медиа

Раздел 4. Трансформация медиа-пространства и новейшие технологии

факторы трансформации медиа-пространства и новейшие технологии медиа-среды

Общая трудоемкость дисциплины

72 час(ов), 2 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.22 Практикум копирайтинга и сторитейлинга

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Практикум копирайтинга и сторитейлинга» является:

изучение основ копирайтинга и сторитейлинга, основных технологий их осуществления в современном коммуникационном пространстве.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Практикум копирайтинга и сторитейлинга» 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 «Практикум копирайтинга и сторитейлинга» 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 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 авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2)

Содержание дисциплины

Раздел 1. основы копирайтинга

понятие и содержание копирайтинга

Раздел 2. основы сторитейлинга

понятие и содержание сторитейлинга

Раздел 3. технологии копирайтинга

классификация технологий копирайтинга

Раздел 4. технологии сторитейлинга

классификация технологий сторитейлинга

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Б1.В.23 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.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 «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.24 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

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Экзамен

Б1.В.25 Работа с медиатекстом на иностранном языке

Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Работа с медиатекстом на иностранном языке» является:

формирование универсального навыка работы с медиатекстом на иностранном языке в цифровой среде, необходимого для осуществления профессиональной деятельности выпускника в научно-исследовательской,

организационно-управленческой, педагогической, проектно-аналитической сферах.

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Работа с медиатекстом на иностранном языке» Б1.В.27 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 «Работа с медиатекстом на иностранном языке» опирается на знания дисциплин(ы) «Иностранный язык»; «Иностранный язык как средство межкультурной коммуникации в профессиональном общении».

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. Языковые средства медиатекста на английском языке

Медиатекст в цифровой среде: понятие, виды, жанры, специфика. Языковые средства в жанре медиатекста на английском языке.

Раздел 2. Медиатексты в социальных сетях

Специфика медиатекстов в разных социальных сетях и каналах

Раздел 3. Коммерческие медиатексты

Специфика медиатекстов интернет-рекламы

Раздел 4. Политические и новостные медиатексты

Материалы профилей политиков в социальных сетях и СМИ

Общая трудоемкость дисциплины

108 час(ов), 3 ЗЕТ

Форма промежуточной аттестации

Зачет

Б1.В.26 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 решения профессиональных задач, в том числе в ходе 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

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

Раздел 2. Структура организации. Проблемы трудоустройства

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. Лидерство

Лидерские качества. Примеры лидеров в науке, культуре, социальной сфере.

Раздел 5. Публичная речь

Искусство презентации. Структура публичного выступления. Правила составления речи. Подготовка публичного выступления. Структурирование текста.

Раздел 6. Работа PR-менеджера

Сущность работы PR-специалиста. Навыки, необходимые PR-специалисту.

Раздел 7. Реклама. Бренд

Виды рекламы. Способы продвижения продукции. Маркетинг. Рекламная кампания.

Раздел 8. Язык СМИ

Масс-медиа. Язык газетных заголовков. Структура газетной статьи. Социальные медиа. особенности Интернет-коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины

288 час(ов), 8 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 радиозфира и основные виды радиосвязи.

Изобретение радио: А. С. Попов или Г. Маркони? Освоение радиозфира. 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 добыwania. 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- XXI вв: 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

Зачет

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 «Деловые и межличностные коммуникации»; «Корпоративная социальная ответственность».

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».

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 на следующие виды деятельности:.

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