## МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ**

**КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДЕНО: |
|  | Приказом и.о. ректора Академии Матусовскогоот «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 г. № \_\_\_ |

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Направление подготовки**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Профиль**

 Реклама и связи с общественностью в социокультурной сфере

**Квалификация**

бакалавр

**Форма обучения**

очная, заочная

Луганск

2024

 Общие положения

1.1 Нормативно-правовые основы реализации ОПОП

1.2 Цель ОП

1.3 Планируемые результаты освоения образовательной программы.

1.3.1 Требования к абитуриенту.

1.3.2 Компетенции обучающихся, формируемые в процессе освоения образовательной программы

1.4. Общая характеристика образовательной программы

1.4.1 Квалификация, присваиваемая выпускникам

1.4.2 Область профессиональной деятельности

1.4.3 Объекты профессиональной деятельности

1.4.4 Виды профессиональной деятельности

1.4.5 Направленность образовательной программы

1.4.6 Объем, структура и срок освоения образовательной программы

1.4.7 Сведения о профессорско-преподавательском составе

2. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации образовательной программы

2.1 Учебный план (Приложение 1)

2.2 Календарный учебный график (Приложение 2)

2.3. Аннотации рабочих программ учебных дисциплин

2.4. Аннотации программ практик

2.5. Программа ГИА (Приложение 3)

2.5. Программа воспитательной работы (Приложение 4)

2.6. Календарный график воспитательной работы (Приложение 5)

3. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса.

4. Условия реализации образовательного процесса

5. Методическое сопровождение

1. **ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**
	1. **Нормативно-правовые основы реализации основной профессиональной образовательной программы**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее – ОПОП) реализуется в ФГБОУ ВО «Луганская государственная академия культуры и искусств им. М. Матусовского» (далее – Академия) в соответствии с:

- Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 года № 273-ФЗ;

- Федеральным законом «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» по вопросам воспитания обучающихся» от 31.07.2020 года № 304-ФЗ;

## - Приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 6 апреля 2021 г. N 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования бакалавриат, направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 532;

- нормативными документами Министерства образования и науки Российской Федерации;

- нормативными документами Министерства культуры Российской Федерации;

- Уставом ФГБОУ ВО «Луганская государственная академия культуры и искусств им. М. Матусовского»;

- локальными нормативно-правовыми актами Академии.

* 1. **Цель образовательной программы**

Цель образовательной программы бакалавриата – формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки, а также развитие у студентов необходимых личностных качеств.

**1.3. Планируемые результаты освоения образовательной программы**

**1.3.1. Требования к абитуриенту:**

Абитуриент должен представить в приемную комиссию Академии один из следующих документов об образовании или об образовании и о квалификации:

- аттестат о среднем общем образовании;

- диплом о среднем профессиональном образовании;

- диплом бакалавра;

- дипломом специалиста.

Лица, завершившие обучение до вступления в силу Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» представляют документ государственного образца, завершившие обучение после вступления в силу указанного закона представляют документы образца, установленного Министерством образования и науки Российской Федерации.

**1.3.2 Компетенции обучающихся, формируемые в процессе освоения образовательной программы**

Выпускник должен обладать следующими **универсальными компетенциями** (УК):

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

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

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

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

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

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

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

УК-8. 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-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности.

Выпускник должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями** (ОПК):

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

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

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

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

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

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

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

ОПК-8. Способность ориентироваться в различных типах словесной культуры.

ОПК-9. Способен ориентироваться в проблематике современной государственной культурной политики Российской Федерации.

Выпускник должен обладать **профессиональными компетенциями** (ПК):

ПК-1.Способен разработать и организовать коммуникационные проекты в сфере культуры и искусств.

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта .

ПК-3. Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

ПК-4. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

ПК-5. Способен проводить маркетинговые исследования, владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

ПК-6. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

**1.4. Общая характеристика образовательной программы**

**1.4.1 Квалификация, присваиваемая выпускникам**

Выпускникам, успешно выполнившим образовательную программу и прошедшим государственную итоговую аттестацию, присваивается квалификация «бакалавр».

* + 1. **Область профессиональной деятельности**

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность:

01 Образование и наука (в сфере дошкольного, начального общего, среднего общего образования, дополнительного образования детей и взрослых);

04 Культура, искусство (в сфере технических процессов художественной деятельности);

сфера реализации государственной культурной политики;

сфера организации деятельности учреждений культуры, способствующей культурному развитию населения, содействию культурно-воспитательной работе учреждений дополнительного образования детей, общеобразовательных учреждений, а также организации свободного времени и стимулирования социально-культурной активности населения в России.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

* + 1. **Объекты профессиональной деятельности**

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

научно-исследовательские процессы;

культурно-просветительские явления;

духовная, гуманитарная и естественнонаучная сферы.

* + 1. **Виды профессиональной деятельности**

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

**образовательно-педагогическая;**

**научно-исследовательская;**

**творческая;**

**организационно-управленческая;**

**проектная.**

**1.4.5 Направленность образовательной программы**

Данная ОПОП в рамках направления подготовки Искусства и гуманитарные науки призвана обеспечить профиль Реклама и связи с общественностью, что соответствует потребностям региона и условиям реализации образовательной программы в Академии.

**1.4.6 Объем, структура и срок освоения образовательной программы**

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (з.е.) независимо от формы обучения. Трудоемкость образовательной программы за учебный год равна 60 зачетным единицам. Одна зачетная единица соответствует 36 академическим часам.

|  |  |
| --- | --- |
| Структура программы бакалавриата | Объем программы бакалавриата в з.е. |
| Блок 1 | Дисциплины (модули) в. т. ч. | 222 |
| Обязательная часть | 97 |
| Часть, формируемая участниками образовательных отношений | 125 |
| Блок 2 | Практики | 12 |
| Блок 3 | Государственная итоговая аттестация | 6 |
| Объем программы бакалавриата | 240 |

Срок получения образования в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года.

На заочной форме обучения составляет 4года и 6 месяцев.

При обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ срок получения образования может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

Организация обучения по индивидуальному плану в академии осуществляется в соответствии с локальными актами, не противоречащими Федеральному государственному стандарту высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**1.4.7 Сведения о профессорско-преподавательском составе**

Реализация программы бакалавриата обеспечивается педагогическими работниками ФГБОУ ВО «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского», а также лицами, привлекаемыми Академией к реализации программы бакалавриата на иных условиях.

Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Не менее 70 процентов численности педагогических работников Академии, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников Академии, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляют трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников Академии и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

К педагогическим работникам и лицам, привлекаемым к образовательной деятельности Академии на иных условиях, с учеными степенями и (или) учеными званиями приравниваются лица без ученых степеней и званий, имеющие в соответствующей профессиональной сфере государственные почетные звания Российской Федерации (Народный артист Российской Федерации, Заслуженный деятель искусств Российской Федерации, Заслуженный артист Российской Федерации, Заслуженный работник культуры Российской Федерации, Заслуженный художник Российской Федерации, Народный художник Российской Федерации, Почётный работник высшего профессионального образования Российской Федерации), и (или) соответствующее звание субъекта Российской Федерации, члены творческих союзов, лауреаты государственных премий в области культуры и искусства.

**2. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

**2.1 Учебный план**

Учебный план определяет перечень и последовательность освоения дисциплин (модулей), практик, промежуточной и государственной итоговой аттестации, их трудоемкость в зачетных единицах и академических часах, распределение лекционных, практических, лабораторных занятий, объем контактной и самостоятельной работы обучающихся, а также перечень компетенций, а также перечень компетенций, формируемых дисциплинам (модулям), практиками учебного плана.

Учебный план подготовки бакалавра приведен в Приложении №1.

**2.2. Календарный учебный график**

Календарный учебный график отражает сроки и периоды прохождения отдельных этапов освоения ОПОП ВОна каждом курсе обучения: теоретического обучения, экзаменационных сессий, учебных и производственных практик, государственной итоговой аттестации и периоды каникул.

Календарный учебный график приведен в Приложении № 2.

**2.3. Аннотации рабочих программ учебных дисциплин**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Философия»**

**Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в базовую часть общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой социально-гуманитарных дисциплин.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Мировая литература», «Русская литература».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Этика и эстетика», «Политология».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование у студентов основ философских знаний; представление о философии как способа познания мира в его целостности, основные проблемы философии и методы исследования действительности; развитие философского мышления, предполагающего общее понимание универсальных явлений и процессов.

Задачи дисциплины – введение в историю и круг современных философских проблем, связанных с будущей профессиональной деятельностью студентов, решением социальных и профессиональных задач; развитие мировоззренческой культуры студентов, способности решать мировоззренческие проблемы; подготовка к активной общественной жизни; воспитание у студентов общечеловеческих духовных ценностных ориентаций, терпимого отношения к философским воззрениям и позициям других сторон с позиций гуманизма и демократизма; развитие способности критического восприятия и оценки различных источников информации, приемов ведения дискуссии, полемики и диалога; развитие навыков творческого мышления на основе работы с философскими текстами; овладение культурой мышления, умением логически формулировать свое видение философских проблем, анализировать и оценивать способы их решения.

**Дисциплина нацелена на формирование**

универсальных компетенций (УК-5) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Введение. Философия, ее предмет и функции.
2. Мифология. Философия Древнего Востока.
3. Античная философия.
4. Средневековая философия.
5. Философия эпохи Возрождения.
6. Философия Нового времени.
7. Философия эпохи Просвещения.
8. Немецкой классической философии. Марксизм.
9. Современная западная философия.
10. Онтология.
11. Гносеология.
12. Философия природы.
13. Философской антропологии.
14. Праксеология.
15. Социальная философия.
16. Культура и ее функции.
17. Философские проблемы глобализации.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 3 з. е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), семинарские (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«История России»**

**Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в базовую часть общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой социально-гуманитарных дисциплин.

Дисциплина изучается с первого семестра.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Философия», «Этика и эстетика», «Политология».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование у студентов комплексного представления о закономерностях, тенденциях и особенностях всемирно-исторического процесса в политической, экономической, социальной и духовной сферах жизни, а также целостного представления о культурно-историческом своеобразии Российской цивилизации, её месте и роли в мировой истории.

Задачи дисциплины – введение студентов в круг исторических проблем, связанных с областью их будущей профессиональной деятельности, решением социальных и профессиональных задач, пониманием места и роли человека и гражданина в развитии общества и взаимосвязи с другими социальными институтами; формирование представлений о важности многообразия и взаимодействия различных культур и цивилизаций; воспитание гражданственности, национальной идентичности и патриотизма; активизация интереса к сохранению и преумножению отечественного и мирового культурного и научного наследия; овладение навыками поиска, систематизации и комплексного анализа разноплановой исторической информации, преобразование её в знание, осмысление на основе принципов научной объективности, историзма и проблемного подхода процессов, событий и явлений в динамике и взаимосвязи; приобретение умений ведения научных дискуссий.

**Дисциплина нацелена на формирование**

универсальных компетенций (УК-5) выпускника.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 3 з. е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), семинарские (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Иностранный язык»**

**Логико-структурный анализ дисциплины:** курс входит в базовую часть общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина изучаются с первого семестра.

Дисциплина реализуется кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Иностранный язык (по профессиональному направлению)», «Информатика и компьютерные технологии».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – изучение деловой лексики, формирование стойких умений и навыков устного и письменного общения по профессиональному направлению, обогащение лексического запаса через расширение ситуаций общения в профессиональной сфере, а также обучение устной диалогической и монологической речи по специальности.

Задачи дисциплины – овладение теоретическими знаниями, необходимыми для обработки профессиональной литературы на английском языке; овладение умениями и навыками анализа текста; совершенствование умений и навыков устного общения на английском языке по профессиональному направлению; совершенствование умений и

навыков письма.

**Дисциплина нацелена на формирование**

универсальных компетенций (УК-4) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Who am I? Present Simple and Present Continuous.

2. Countries and nationalities. State and action verbs.

3. Globetrotter. Direct and indirect questions. Tobego.

4. Travelling. Prepositions.

5. Growing up. The Past Tenses.

6. Education. Childhood. School.

7. Inspiration. Music and literature.

8. Phrasal Verbs. Feelings and emotions.

9. No place like home. Houses and gardens.

10. Food and drink. Healthy lifestyle.

11. Look to the future. Modal Verbs.

12. Science and technology. Verb-noun collocations.

13. The world of work. Jobs and professions. Workplaces.

14. Love and Trust.

15. The media. The Passive.

16. An article about TV. Linking expressions.

17. Crime doesn’t pay. Past Perfect.

18. Learn while you are young.

19. Hobbies and Interests of Young People.

**Виды контроля по дисциплине**: текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет, экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 5 з.е., 180 часов. Программой предусмотрены практические (140 ч.) и самостоятельная работа студента (40 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Безопасность жизнедеятельности»**

**Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в базовую часть общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой социально-гуманитарных дисциплин.

Основывается на базе дисциплин: «Физическая культура и спорт».

Является основой для прохождения производственной практики.

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование у будущих специалистов представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищённости человека и готовности реализовать эти требования безопасности жизнедеятельности для сохранения работоспособности и здоровья человека в стандартных и экстремальных условиях.

Задачи дисциплины – привить студентам теоретические знания и практические навыки, необходимые для идентификации негативных воздействий среды обитания естественного, антропогенного и техногенного происхождения; прогнозирования развития этих негативных воздействий и оценки последствий их действия; создания комфортного (нормативно допустимого) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; проектирования и эксплуатации техники, технологических процессов и объектов экономики в соответствии с требованиями по безопасности и экологичности; разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-9) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Категории и понятия безопасности жизнедеятельности.

2. Естественные угрозы и тип их проявления.

3. Техногенные опасности и их следствия.

4. Социально-политические опасности их виды и характеристики.

5. Применение риско-ориентированного подхода для построения вероятностных структурно-логических моделей возникновения и развития ЧС.

6. Менеджмент безопасности, правовое обеспечение и организационнофункциональная структура защиты населения и административно-территориальных

объектов, чрезвычайных ситуациях.

7. Управление силами и средствами ОП во время ЧС.

8. Неотложная помощь при несчастных случаях.

9. Основные определения в области охраны труда.

10. Планирование работ по охране труда.

11. Основные понятия о производственном травматизме.

**Виды контроля по дисциплине**: текущий контроль, промежуточная аттестация (дифференцированный зачёт).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (8 ч.), практические (9 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (55 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Русский язык и культура речи»**

**Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в базовую часть общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой социально-гуманитарных дисциплин.

Основывается на базе дисциплин: «Мировая и русская литература».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Основы НИР», «Коммуникативные стратегии», «Основы теории речевой коммуникации», «Культурная адаптация текстов на иностранном языке», «Теория межкультурной коммуникации».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование современной языковой личности, повышения общей речевой культуры студентов, совершенствования владения нормами устного и письменного литературного языка; развитие навыков и умений эффективного речевого поведения в различных ситуациях общения.

Задачи дисциплины – практическое освоение базовых понятий дисциплины (литературный язык, норма, культура речи, функциональный стиль, «языковой паспорт» говорящего, стилистика, деловое общение и др.); овладение культурой мышления и речи на основании знаний о языке как средстве создания уместной, точной, логичной, правильной речи; повышение уровня языковой и речевой культуры; формирование коммуникативной компетенции, под которой подразумевается умение человека организовать свою речевую деятельность языковыми средствами и способами, адекватными ситуациям общения; усвоение правил функционирования языковых средств фиксации: официальной (управленческой, деловой, служебной) информации (заявление, автобиография, резюме, доверенность, объяснительная записка и др.), ведения спора и делового общения; приобретение навыков публичного выступления; качественное повышение уровня речевой культуры, овладение общими представлениями о системе норм русского литературного языка; создание сильной языковой личности с хорошо сформированными навыками публичного, и профессионального общения.

**Дисциплина нацелена на формирование**

универсальных компетенций (УК-4) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Понятие языка, речи и речевой культуры (краткая характеристика). Диагностический диктант.
2. Принципы русской орфографии и пунктуации. Анализ ошибок в диагностическом диктанте.
3. Культура речи и речевая норма.
4. Орфоэпические нормы ЛЯ. Акцентологические нормы РЯ.
5. Правописание гласных и согласных в корне.
6. Правописание приставок. Употребление прописных букв.
7. Правописание гласных после шипящих и *ц* в окончаниях и суффиксах. Разделительные *Ъ* и Ь*.* Правила переноса слов.
8. Правописание имен существительных.
9. Правописание имен прилагательных.
10. Правописание сложных слов.
11. Правописание имен числительных. Правописание местоимений.
12. Правописание глаголов.
13. Правописание суффиксов глаголов.
14. Правописание причастий.
15. Правописание деепричастий.
16. Правописание наречий.
17. Правописание предлогов и союзов.
18. Правописание частиц.
19. Правописание междометий и звукоподражательных слов.
20. Знаки препинания в конце предложения и при перерыве речи.
21. Знаки препинания в предложениях с однородными членами.
22. Знаки препинания в предложениях с обособленными членами.
23. Знаки препинания в сложном союзном предложении.
24. Знаки препинания в сложном бессоюзном предложении.
25. Знаки препинания при сравнительных оборотах.
26. Знаки препинания при словах, грамматически не связанных с членами предложения.
27. Прямая речь и косвенная речь.
28. Цитация и ее формы.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (зачёт, дифференцированный зачёт).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 6 з. е., 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены практические (136 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (80 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Физическая культура и спорт»**

**Логико-структурный анализ дисциплины:** курс входит в базовую часть общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой социально-гуманитарных дисциплин.

Дисциплина изучается в первом семестре на первом году обучения.

Является основой для изучения элективных курсов «Физическая культура и спорт».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование физической культуры личности и способности направленного использования средств физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности, формирование мотивационно - ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни.

Задачи дисциплины – обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей психофизическую готовность студента к будущей профессии; формирование у студентов мотивационно-целостного отношения к физической культуре, установки на здоровый образ и стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом; приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей; овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности и самоопределение в физической культуре для понимания роли физической культуры и здорового образа жизни.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-8) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке

студентов.

2. Основы теории и методики физической культуры.

3. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.

4. Социально-биологические основы физической культуры.

5. Влияние индивидуальных особенностей, географо-климатических условий и

других факторов на содержание физической культуры будущих специалистов в сфере

культуры.

6. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной

деятельности.

7. Основы здорового образа жизни студента.

8. Физическая культура в обеспечении здоровья.

9. Методы самоконтроля состояния здоровья и физического развития (стандарты,

индексы, программы, формулы и др.).

10. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами

физической культуры.

11. История олимпийского движения.

12. Современное олимпийское движение.

13. Экономика и управление физической культурой и спортом.

14. Туризм, спортивное ориентирование.

15. Профессионально-прикладная подготовка.

16. Основные методы коррекции фигуры с помощью физических упражнений.

17. Занятия по физической культуре как одно из средств формирования

патриотических качеств личности.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

Далее дисциплина «Физическая культура и спорт» реализуется в рамках элективных курсов в объеме 328 академических часов. Порядок проведения элективных курсов устанавливается в зависимости от контингента обучающихся в виде различного рода секционных занятий.

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

## «Основы российской государственности»

 **Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в обязательную часть блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность.

Дисциплина реализуется кафедрой социально-гуманитарных дисциплин.

Дисциплина изучается в первом семестре.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Философия», «Основы права и государственной культурной политики Российской Федерации».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – 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.

Задачи дисциплины:

- представить историю России в её непрерывном цивилизационном измерении, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и актуальные ориентиры;

 - раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте;

- рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу;

- представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;

- обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, суверенитет (сила и доверие), согласие и сотрудничество, любовь и ответственность, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость).

**Дисциплина нацелена на формирование**

универсальных компетенций (УК-5) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Россия: цифры и факты. Испытания и герои

2. Цивилизационный подход: возможности и ограничения

3. Философское осмысление России как цивилизации

4. Мировоззрение и идентичность

5. Мировоззренческие принципы (константы) российской цивилизации.

6. Конституционные принципы и разделение властей.

7. Стратегическое планирование: национальные проекты и государственные программы

8. Актуальные вызовы и проблемы развития России

9. Сценарии развития российской цивилизации

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет с оценкой).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 2 з. е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (18 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

## «Основы права и государственной культурной политики

##  Российской Федерации»

 **Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в обязательную часть блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность.

Дисциплина реализуется кафедрой социально-гуманитарных дисциплин.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Философия».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – изучение принципов, содержания и механизмов реализации правовой системы Российской Федерации. А также особенности российской культурной политики в сфере искусства.

Задачи дисциплины – формирование у обучающихся целостного представления об основах культурной политики Российской Федерации, формирование ощущения причастности к культурной политике государства, стремления к участию в её реализации, развитие навыков учащихся по самостоятельной работе с источниками (законодательными и иными документами) для эффективного самоопределения в социокультурных процессах.

**Дисциплина нацелена на формирование**

универсальных компетенций (УК-2; УК-10),

общепрофессиональных (ОПК-5) компетенций выпускника;

**Содержание дисциплины:**

1. Понятие и сущность государства и права.
2. Основы Конституционного строя.
3. Цели, принципы и задачи культурной политики РФ.
4. Основные направления государственной политики РФ.
5. Инфраструктура и механизмы управления в сфере культуры.
6. Международная культурная политика РФ.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет).

 **Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 2,0 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (16 ч.), семинарские (14 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Мировая литература»**

**Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в базовую часть общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой социально-гуманитарных дисциплин.

Основывается на базе дисциплин: «История».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Русская литература», «Философия», «Этика и эстетика», «Психология».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – сформировать у студентов систему знаний о мировой литературе как искусстве слова и феномене культуры – от античности до современности, репрезентировать главные этапы развития литературы, ознакомить с национальной самобытностью и общечеловеческой ценностью знаковых произведений писателейклассиков мировой литературы; обеспечить текстуально-герменевтическое изучение художественных текстов; научить анализировать произведения с точки зрения общегуманитарных принципов.

Задачи дисциплины – охарактеризовать основные художественные направления и их реализацию в литературе; проанализировать факты из жизни и творчества классиков мировой литературы; раскрыть идейно-художественное своеобразие знаковых произведений мировой литературы в их взаимосвязи с произведениями других видов искусства; выявить специфику отображения в литературных произведениях различных историко-культурных факторов общемирового значения.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-7) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Литература как вид искусства.

2. Древнегреческий героический эпос.

3. Древнегреческая драматургия и лирика.

4. Древнеримская литература.

5. Литература эпохи Возрождения в Италии.

6. Литература эпохи Возрождения в Англии.

7. Литература Барокко.

8. Литература Классицизма.

9. Литература Просвещения.

10. Романтизм в западноевропейской литературе.

11. Реализм в западноевропейской литературе.

12. Европейская драматургия на рубеже ХІХ – ХХ вв.

13. Модернизм в мировой литературе.

14. Экзистенциализм как мировоззрение писателей «потерянного поколения» и его

отображение в прозе 30-х годов ХХ вв.

15. Литература середины ХХ века.

16. Литература постмодернизма.

17. Герменевтика и художественная литература.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (экзамен).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), семинарские (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

 **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Русская литература»**

**Логико-структурный анализ дисциплины:** курс входит в базовую часть общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой социально-гуманитарных дисциплин.

Основывается на базе дисциплин: «Мировая литература», «История».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Философия», «Этика и эстетика», «Психология».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – сформировать у студентов систему знаний о классической русской литературе и её вечных образах, ознакомить с национальной самобытностью и общечеловеческой ценностью знаковых произведений русских писателей-классиков, обеспечить текстуально-герменевтическое изучение художественных образцов; научить анализировать произведения с точки зрения принципов герменевтического метода.

Задачи дисциплины – рассмотреть главные этапы истории русской классической литературы и литературы современности на примере её знаковых произведений; охарактеризовать основные художественные направления и их реализацию в русской литературе; проанализировать факты из жизни и творчества классиков русской литературы; выявить художественную специфику текстов знаковых произведений

русской литературы на широком историко-культурологическом фоне во взаимодействии с произведениями других видов искусства.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-7) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Романтизм и «Золотой век» в истории русской литературы.

2. А. С. Пушкин – родоначальник новой русской литературы.

3. «Байронический романтизм» М. Ю. Лермонтова.

4. Творчество Н. В. Гоголя.

5. Развитие русского критического реализма (Н. А. Некрасов, В. И. Даль).

6. Драматургия А. Н. Островского.

7. Творчество И. С. Тургенева.

8. Расцвет жанра романа в творчестве Л. Толстого, Ф. Достоевского.

9. Обновление реализма на рубеже веков (А. Чехов, И. Бунин, А. Куприн).

10. «Серебряный век» русской поэзии.

11. Роман «Мастер и Маргарита» М. Булгакова.

12.Исторический роман в творчестве русских писателей (А. Н. Толстой, М. А. Шолохов).

13. Тема Великой Отечественной войны в русской литературе середины ХХ века.

14. Тенденции развития русской литературы периода «оттепели» (Б. Пастернак, А. Солженицын, бр. Стругацкие).

15. «Деревенская» и «городская» проза в русской литературе ХХ века (В. Шукшин, Ю. Трифонов).

16. Многообразие жанрово-стилевых исканий в русской драматургии 1960-х – 1980-х гг.

17. Начало русского постмодернизма и современный литературный процесс (А. Битов, В. Пелевин и др.).

**Виды контроля по дисциплине**: текущий контроль, промежуточная аттестация (экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), семинарские (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Основы НИР»**

**Логико-структурный анализ дисциплины:** курс входит в базовую часть общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой теории искусств и эстетики.

Основывается на изучении вопросов, связанных с организацией, постановкой и проведением научных исследований.

Является основой для подготовки и выполнения различных видов научноисследовательских работ.

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины - дать общедоступное введение в проблематику методологии

научного познания и тем самым существенно повысить методологическую культуру начинающегося исследователя.

Задачи дисциплины - способствовать формированию научного мировоззрения; подготовить к восприятию новых научных фактов и гипотез; дать студентам основы знаний методологии и её уровней; способствовать усвоению слушателями знания истории науки как неотъемлемой части истории человечества; сформировать умение ориентироваться в методологических подходах и видеть их в контексте существующей научной парадигмы.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-5, ОК-7)выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Общие основы научного исследования

2. Основные этапы развития науки

3. Понятие о научном знании

4. Основные этапы научного исследования

5. Методы научного познания

6. Этические и эстетические основания методологии

7. Подготовительный этап научно-исследовательской работы

8. Документальные источники информации

9. Поиск и накопление научной информации. Электронные формы

информационных ресурсов

10. Написание и оформление научных работ студентов

11. Особенности подготовки, оформления и защиты студенческих работ

12. Подготовка научных кадров высшей квалификации

13. Роль науки в современном обществе. Социальные функции науки

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

## «Педагогика и психология»

**Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в обязательную часть блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность.

Дисциплина реализуется кафедрой социально-гуманитарных дисциплин.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Философия».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование у студентов основ психологических знаний; теоретических основ педагогической науки; представление о психологии как способе познания мира в его целостности, основные проблемы психологии и методы исследования действительности; развитие психологического мышления, предполагающего общее понимание универсальных явлений и процессов; дать научно-практические знания по организации учебно-воспитательного процесса в школе; формировать педагогическое мышление.

Задачи дисциплины – побуждать студента к творческому поиску, развития психологической любознательности. Дать представление о методологии педагогического исследования; сформировать базовые знания по дидактике, специфике профессионально-педагогической деятельности преподавателя средней общеобразовательной школы Частными задачами дисциплины являются: изучение механизмов психических явлений и процессов; анализ закономерностей развития психических явлений и процессов в процессе онтогенеза, социального взаимодействия людей и трудовой деятельности; содействие внедрению знаний психологической науки в практику жизни и деятельности людей.

**Дисциплина нацелена на формирование**

универсальных компетенций (УК-6) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Предмет, задания, методы психологии и педагогики.
2. Развитие психики и сознания.
3. Личность, ее развитие и формирование.
4. Социальные группы.
5. Ощущения. Восприятие. Воображение.
6. Память. Внимание. Мышление
7. Развитие и воспитание. Основные направления развития личности.
8. Зарождение и развитие педагогической мысли в Европе.
9. Понятие о дидактике и процессе обучения.
10. Содержание образования в современной школе. Методы и средства обучения.
11. Виды и формы организации обучения.
12. Процесс воспитания, его закономерности и принципы.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 3,0 з. е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

## «Культура Луганщины»

**Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность.

Дисциплина реализуется кафедрой культурологии.

Является основой для изучения следующих дисциплин: «История изобразительного искусства», «История музыки», «История кино-, телеискусства».

**Цели и задачи дисциплины**:

Цель дисциплины – ознакомление с культурой Луганского края, ее ролью в современной истории России, исторической судьбой Луганщины, а также формирование устойчивого комплекса знаний о культурном и историческом развитии этнических общностей.

Задачи дисциплины – формировать представление об основных социокультурных, этнополитических, демографических проблемах Луганщины; анализировать закономерности восприятия человеком окружающего мира и его поведения с учетом этнических и религиозных особенностей.

**Дисциплина нацелена на формирование**

универсальной (УК-5) компетенций.

**Содержание дисциплины:**

1. Предмет и задачи курса.
2. Историческая и этническая картина региона.
3. Этногенез Луганщины.
4. Культурные и этнические традиции.
5. Выдающиеся представители культурного сообщества региона.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 2,0 з. е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (16 ч.) занятия, практические (14 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Введение в специальность»**

**Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий. Основывается на дисциплинах: «Философия», «История».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «История рекламы и связей с общественностью», «Современный рынок в области PR-деятельности и рекламы», «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Информационная культура личности», «Теория коммуникации», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Современные PR-технологии», «Культура речи», «Основы тележурналистики».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления о рекламе и связях с общественностью как о неотъемлемой части современного общественного развития и инструментах коммуникации.

Задачи дисциплины – сформировать у студентов понимание о сути и участниках коммуникационных процессов, которые лежат в основе связей с общественностью и рекламы; определить современное состояние информационной среды и методов воздействия на социум, на общественное сознание; сформировать представление о месте и роли массовых коммуникаций в системе информационной индустрии; изучить влияние массовой коммуникации на индивида, общество, общественное мнение; способствовать формированию у студентов навыков владения приемами и методами анализа современных массовых коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-2, ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6); профессиональных компетенций (ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-12) выпускника.

 **Содержание дисциплины:**

1. Сущность и история PR.
2. Формы организации PR-службы.
3. Планирование PR-программ.
4. Общественность в сфере PR.
5. Общественное мнение.
6. Коммуникация и влияние на общественность.
7. Выбор медиа. Взаимодействие со СМИ.
8. PR в кризисных ситуациях
9. Этика pr-деятельности
10. Сущность и функции рекламы.
11. Виды рекламы.
12. Участники рекламного процесса.
13. История возникновения и развития рекламы
14. Реклама как вид коммуникации.
15. Средства распространения рекламы.
16. Основы создания рекламных сообщений.
17. Основные этапы планирования рекламной кампании.
18. Измерение эффективности рекламы.

**Виды контроля по дисциплине**: текущий контроль, промежуточная аттестация (экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 4 з.е., 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (74 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«История рекламы и связей с общественностью»**

**Логико-структурный анализ дисциплины:** курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория и практика массовой информации», «Социология рекламы», «Психология рекламной деятельности»,

«Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Современные PR- технологии».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – систематизировано представить историческое становление рекламы и паблик рилейшинз как видов массовой коммуникации и отраслей профессиональной деятельности, раскрыть социально-психологические, экономические и культурные предпосылки их появления, познакомить со своеобразием развития в России, Западной Европе и США.

Задача дисциплины – изучить основные этапы возникновения, становления и развития рекламы и PR; рассмотреть основные особенности рекламного дела и PR- деятельности, их ключевые творческие приёмы и образцы в различных общественно- исторических условиях; раскрыть сущность исторической преемственности, общих и отличительных черт традиционных и новых форм и методов рекламной коммуникации; сформировать кругозор будущих специалистов в сфере рекламы и PR через освоение ими как можно большего объема исторических знаний о рекламе и PR.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-2, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-3, ОПК-5, ОПК-6);

профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-5, ПК-7) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Возникновение рекламы и становление рекламной деятельности.

2. Возникновение «паблик рилейшинз», протоявления. Первые профессиональные PR-структуры и специалисты.

3. История развития рекламы в Античном обществе.

4. Развитие рекламы в западноевропейской средневековой культуре.

5. Рекламно-информационная деятельность в эпоху Нового времени XVI – XVII вв.

6. Развитие западноевропейской рекламы в XIX веке.

7. Английский опыт развития рекламы.

8. Особенности развития французской рекламы.

9. Рекламный процесс в Германии.

10. Рекламный процесс на первом этапе независимости США.

11. Развитие рекламы в США после Гражданской войны (до Первой мировой войны).

12. Американская реклама после Первой мировой войны.

13. Развитие рекламы в России. Элементы российской проторекламы и устное рекламирование на Руси.

14. Изобразительная российская реклама.

15. Развитие печатной рекламы в России до Октябрьской революции.

16. Советский период развития отечественной рекламы.

17. Реклама новой России.

18. Современные тенденции развития рекламы и PR в России и глобальные тенденции развития рекламы PR.

**Виды контроля по дисциплине**: текущий контроль, промежуточная аттестация (экзамены).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 4 з.е., 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (74 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Мифотехнология в рекламе и PR»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой теории искусств и эстетики. Основывается на базе дисциплин: «Философия», «История».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория коммуникации»,

«Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Культура и идеология в XXI в.», «Современные PR-технологии».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов комплексного представления о теоретических основах мифологизации культурного пространства в процессе исторического развития.

Задачи дисциплины – сообщение фактических знаний, необходимых для осмысления явлений и проблем в ходе разворачивания мифологизации культурного пространства; рассмотрение основных этапов развития мифов; освоение категориально- понятийного аппарата мифологии, необходимого для изучения мифа как исторического типа мировоззрения; формирование навыков восприятия, анализа и трактования мифов; выработка необходимых критериев оценки мифов; определение места мифов в современной культуре, их значение для развития мирового искусства, современной рекламы; рассмотрение этапов отражения мифов в мировом искусстве, рекламе.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4);

профессиональных компетенций (ПК-10, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Миф – динамичная рефлексия бытия, исторический тип мировоззрения.

2. Синкретизм мифа и ранних форм религиозных верований.

3. Проявление мифов в национальных религиях.

4. Мифы в мировой религии – буддизме.

5. Мифы мировой религии – христианства.

6. Библейские мифы.

7. Мифы в исламе.

8. Мифы в современных нетрадиционных религиях.

9. Австралийская мифология, мифы африканского и американского континентов.

10. Индоевропейская мифология.

11. Египетская мифология.

12. Греческая и римская мифология.

13. Славянская мифология.

14. Мифология экзистенциальных понятий. Рефлексия аксиологических проблем в мифах.

15. Мифология животного и растительного мира. Мифология пространства и времени.

16. Рефлексия мировых символов в мифологии. Мифогенность социально- исторического процесса.

17. Мифы ХХI века. Реклама – миф современности.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (51 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (40 ч.)

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Визуальные инфокоммуникационные технологии в PR и рекламе»**

Цель дисциплины - ознакомить студентов с современными визуальными инфокоммуникационными технологиями, применяемыми в сферах PR и рекламы, развить их навыки создания и управления визуальными контентами для эффективного продвижения брендов и коммуникации с целевой аудиторией. Задачи дисциплины - обучить основам визуального дизайна и графики в контексте PR и рекламы; развить навыки работы с различными визуальными форматами и инструментами; научить использовать визуальные технологии для создания привлекательных и эффективных коммуникационных материалов.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных и общекультурных компетенций (ПК-1, ПК-4, ПК-6, ОК-2, ОК-5) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Введение в визуальные инфокоммуникационные технологии: основные понятия и методы

2. Основы визуального дизайна: композиция, цветовая гамма, типографика

3. Виды визуальных контентов в PR и рекламе: фотография, видео, графика, анимация

4. Использование цифровых инструментов для создания и обработки визуальных материалов

5. Технологии виртуальной и дополненной реальности в PR и рекламе

6. Графический дизайн в медиапланировании и создании рекламных кампаний

7. Визуализация данных и информационный дизайн

8. Влияние визуальных технологий на эффективность коммуникаций

9. Этические аспекты использования визуальных технологий в PR и рекламе

10. Инновационные подходы в визуальных инфокоммуникационных технологиях

11. Кейс-стади успешных визуальных PR и рекламных кампаний

12. Практическая работа: создание визуальных материалов для рекламных и PR-проектов

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Проектная деятельность»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Социология рекламы»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Социология», «Теория и практика рекламы»,

«История рекламы и связей с общественностью», «Теория коммуникации».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Социология массовых коммуникаций», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»,

«Современный рынок услуг в сфере PR-деятельности и рекламы», «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Психология рекламной деятельности»,

«Имиджевые технологии».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов системы теоретических знаний о сущности, структуре, природе рекламы в современном обществе, а также практических навыков исследования рекламы.

Задачи дисциплины – применить социологические подходы при оценке рекламы; сформировать представление относительно взаимосвязи и взаимовлияния рекламы как социального института; представить методологические основы исследования рекламы с использованием специфических социологических методов.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-2, ОК-6); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3);

профессиональных компетенций (ПК-10, ПК-11, ПК-13) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Реклама как социальный институт и форма коммуникации.

2. Реклама в современном социокультурном пространстве.

3. Реклама и ценностные ориентации общества.

4. Социальная реклама: проблемы воздействия.

5. Аспекты рекламного воздействия.

6. Рекламные исследования.

7. Методы исследования рекламы.

8. Основные направления исследования современной рекламы.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (экзамен).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Спичрайтинг»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Культура речи», «Теория коммуникации»,

«Копирайтинг», «Русский язык по профессиональной направленности», «Украинский язык по профессиональной направленности», «Стилистика и литературное редактирование».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии PR в сфере политики».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование представлений о различии в языке общественно-политических и социально-демографических групп населения; вооружение слушателей необходимым аппаратом теории функционирования убеждающей речи в современном обществе; повысить уровень владения речью, научить студентов свободно пользоваться разнообразными языковыми средствами в различных коммуникативно- речевых условиях, и прежде всего в непосредственной профессиональной деятельности;

сформировать умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

Задачи дисциплины – познакомить с русской языковой системой и установить зависимость от социальной и политической стратификации населения; выработать адекватное восприятие процессов, происходящих в современном мире словесного воздействия и выявить основные социально-демографические и общественно- политические группы, познакомив с их речевыми особенностями; воспитать грамотных реципиентов и аналитиков различных текстов, способных применить различные методы анализа языка политики.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-2, ОК-5, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5);

профессиональных компетенций (ПК-4, ПК-8, ПК-11, ПК-16) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Происхождение спичрайтинга. Функции спичрайтера.

2. Речевой имидж и способы его формирования.

3. Виды спичрайтинга. Технология подготовки к публичному выступлению.

4. Этапы работы над речью. Основные речевые элементы.

5. Композиция речи. Эллокуция речи.

6. Представление. Доклад. Отчет.

7. Заявление. Выступление на митинге.

8. Протокольная речь. Торжественная речь. Траурная речь.

9. Методы работа над содержанием публичного выступления.

10. Приемы стимулирования внимания и интереса публики.

11. Функциональные стили.

12. Вербальные провокации. Манипулятивные, вербальные уловки черной риторики.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (16 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (40 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Теория и практика рекламы»**

**Логико-структурный анализ дисциплины:** курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Социология», «Психология», «Теория коммуникации», «Информационная культура личности».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Социология рекламы»,

«Психология рекламной деятельности», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Наружная реклама», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Компьютерные технологии в проектировании наружной рекламы»,

«Современный рынок услуг в области PR-деятельности и рекламы», «Рекламное видео»,

«Проектирование рекламного продукта».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цели дисциплины – формирование у студентов представления о роли рекламы в жизни общества. Определить место рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Задачи дисциплины – Сформировать представления об основных категориях, понятиях, классификациях. Научить распознавать и использовать на практике различные каналы коммуникации. Проанализировать рекламный процесс и его участников. Сформулировать перспективные направления рекламной деятельности в современном мире. Заложить основы этического подхода к профессии.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-2, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2);

профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-6, ПК-7, ПК-8) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Основные подходы к пониманию рекламы.

2. Роль рекламы в современном обществе.

3. Основные этапы развития рекламы.

4. Классификация рекламы. Коммерческая и некоммерческая реклама.

5. Реклама как тип социальных коммуникаций.

6. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

7. Реклама и связи с общественностью.

8. Роль рекламы в брэнд-менеджменте.

9. Реклама в прессе. Полиграфическая реклама.

10. Экранная реклама и реклама на радио.

11. Наружная реклама.

12. Интернет-реклама. Реклама на нестандартных носителях.

13. Планирование рекламной деятельности.

14. Организация рекламного процесса, его структура и участники.

15. Контроль рекламной деятельности. Оценка эффективности рекламы.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет, экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Основы менеджмента»**

**Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента.

Основывается на базе дисциплин: «Философия», «Социология», «Экономика».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Основы маркетинга»,

«Основы конфликтологии», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций, необходимых для эффективного управления организациями любого типа в современных условиях развития общества и экономики.

Задача дисциплины – способствование осознанию студентами общих закономерностей формирования, функционирования и развития систем управления; обеспечение получения студентами фундаментальных знаний о содержании и процессах реализации функций управления, содействие развитию и закреплению навыков использования эффективных приемов, способов и инструментов эффективного управления.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-3, ОК-4), общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2) и

профессиональных компетенций (ПК-5, ПК-10) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Введение в менеджмент. Общая теория управления.

2. Эволюция управленческой мысли.

3. Функции и методы менеджмента.

4. Управленческие решения.

5. Модели и методы принятия управленческих решений.

6. Информационно – коммуникационное обеспечение.

7. Управление конфликтами в организации.

8. Тайм-менеджмент, самоменеджмент и формирование имиджа руководителя.

9. Руководство.

10. Основы управления персоналом.

11. Управление деловой карьерой персонала.

12. Корпоративная организация и корпоративная культура.

13. Социальная ответственность и этика.

14. Управление изменениями в организации.

15. Информационные технологии управления организацией.

16. Особенности менеджмента отдельных сфер деятельности.

**Виды контроля по дисциплине**: текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет, экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Теория коммуникации»**

**Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Философия», «Социология», «Психология»,«История», «Введение в специальность», «Педагогика», «Мифология в рекламе и PR».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Политология», «Социология массовых коммуникаций» «Психология массовых коммуникаций», «Культура и идеология в XXI в.», «Мировые коммуникационные процессы», «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Медиатехнологии в рекламе и PR», «Проектирование рекламного продукта», «Копирайтинг», «Психология рекламной деятельности», «Имиджевые технологии», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях»,«Спичрайтинг», «Технологии PR в сфере политики», «Социология рекламы».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – освоить теоретические основы социальной коммуникации; сформировать понимания фундаментального значения коммуникативной деятельности, лежащей в основе всех иных видов деятельности человека; раскрыть роль коммуникативной компетентности в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Задачи дисциплины – ознакомить студентов с базовыми аспектами теории коммуникации; раскрыть роль и место теории коммуникации в системе социогуманитарного знания; изучить основные модели теории коммуникации, законы, термины, категориальный аппарат дисциплины, элементы и структуру коммуникативного процесса, виды и уровни коммуникации, семиотические аспекты коммуникации, исторические аспекты развития социальной коммуникации; специфику межкультурной коммуникации; особенности политической коммуникации; научить студентов использовать полученные знания в практической коммуникативной деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5); профессиональных компетенций (ПК-2, ПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Теория коммуникации в системе наук. Междисциплинарный характер теории коммуникации.

2. Законы и категориальный аппарат теории коммуникации.

3. Коммуникативная деятельность и общение.

4. Коммуникационные каналы и коммуникативные барьеры.

5. Культурно-исторические формы коммуникации (по И.И. Докучаеву).

6. Хронология общественных коммуникационных систем. Развитие технических средств коммуникации (по А.В. Соколову).

7. Коммуникация как предмет исследования в истории мысли.

8. Семиотический аспект коммуникации. Предмет семиотики и основные понятия.

9. Синтактика, семантика и прагматика как основы отношения знаков.

10. Семиотика рекламы.

11. Семиотика в PR-деятельности.

12. Коммуникационный процесс.

13. Коммуникативная и языковая личность.

14. Разновидности коммуникаций.

15. Межкультурные коммуникации.

16. Коммуникационные стратегии и тактики.

17. Специфика и структура политических коммуникаций.

18. Мобилизационные формы политических коммуникаций.

19. Маркетинговые формы политических коммуникаций.

20. Синтетические способы политических коммуникаций.

21. СМИ, Интернет и политические коммуникации.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (дифференцированный зачет, экзамен, курсовая работа).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 13 з.е., 468 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (72 ч.), практические (116 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (280 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Копирайтинг»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Русский язык по профессиональной направленности», «Культура речи», «Теория коммуникации».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Спичрайтинг»,

«Стилистика и литературное редактирование», «Имиджевые технологии».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование представления о креативном процессе работы с текстами коммерческих коммуникаций и сферы PR.

Задача дисциплины – сформировать базовые практические навыки разработки вербальной части рекламных коммуникаций, а также первичные навыки создания креативных концепций и практические навыки написания различных видов текстовой продукции.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-2, ОК-5, ОК-7, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3);

профессиональных компетенций (ПК-8, ПК-12, ПК-14, ПК-15, ПК-16) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Копирайтинг как учебная дисциплина.
2. Стратегия продаж в тексте.
3. Структура текста на уровне статьи.
4. Слоган как рекламная константа.
5. Работа над текстом. Стоп-слова.
6. Основы брифологии.
7. Оперативные PR- документы.
8. Имиджевые корпоративные документы.
9. Интернет-копирайтинг.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (экзамен, зачет).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (35 ч.), практические (35 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Социология массовых коммуникаций»**

**Логико-структурный анализ дисциплины:** курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Социология», «Социология рекламы», «Теория коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Медиатехнологии в рекламе и PR».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Культура и идеология в XXI в.», «Мировые коммуникационные процессы», «Теория и практика массовой информации», «Технологии PR в сфере политики».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления о системе массовой коммуникации как неотъемлемой части современного общественного развития.

Задачи дисциплины – сформировать представление о месте и роли массовых коммуникаций в системе информационной индустрии; изучить влияние массовой коммуникации на индивида, общество, общественное мнение; способствовать формированию у студентов навыков владения приемами и методами анализа современных массовых коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4); профессиональных компетенций (ПК-10, ПК-11) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

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

2. Возникновение массовой коммуникации в обществе. Массовая коммуникация как социальная подсистема.

3. Средства массовой коммуникации и власть.

4. Средства массовой коммуникации как вид бизнеса.

5. Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации.

6. Изучение эффектов воздействия массовой коммуникации.

7. Манипулирование как функция средств массовой коммуникации.

8. Реклама в средствах массовой коммуникации.

9. Медиа-исследования в социологии: типология и методы.

10. Коммуникатор и социологические методы его изучения.

11. Содержание информации и методика его анализа.

12. Социологические подходы к изучению основных средств массовой коммуникации: медиа-измерения.

13. Социологические исследования аудитории.

14. Средства массовой коммуникации и общественное мнение.

15. Проблема измерения эффектов и эффективности коммуникации.

16. Конкретные эмпирические исследования средств массовой коммуникации.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет, экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 4 з.е., 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (32 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (78 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Основы маркетинга»**

**Логико-структурный анализ дисциплины**: курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента.

Основывается на базе дисциплин: «Экономика», «Основы менеджмента».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Мировые коммуникационные процессы»,

«Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний теоретических принципов маркетинга и основных концепций управления рынком на современном этапе развития экономики.

Задача дисциплины – изучение теоретических понятий категорий маркетинга и современных тенденций в этой отрасли знаний; овладение методологическим аппаратом организации маркетинговой деятельности на предприятиях; приобретение способностей к творческому поиску направлений усовершенствования маркетинговой деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4);

профессиональных компетенций (ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-14) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Сущность маркетинга и его современная концепция.

2. Классификация маркетинга.

3. Характеристики маркетинга.

4. Маркетинговые исследования.

5. Маркетинговая товарная политика.

6. Маркетинговая ценовая политика.

7. Маркетинговая политика продаж.

8. Маркетинговая политика продвижения.

9. Организация маркетинга.

10. Контроль маркетинга.

11. План маркетинга предприятия.

**Виды контроля по дисциплине**: текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет и экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (32 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (42 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Языковая коммуникация»**

**Логико-структурный анализ дисциплины:** курс входит в часть дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой межкультурной коммуникациии иностранных языков.

Основывается на базе дисциплин: «Практический курс английского языка».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Культура стран изучаемых языков», «Текстология произведений стран изучаемых языков», «Прикладное переводоведение / Стилистика текста».

**Цели и задачи дисциплины:**

Целью дисциплины – формирование у студента способности, готовности и желания участвовать и самосовершенствоваться в межкультурной коммуникации, обучение практическому владению разговорно-бытовой речью для активного применения иностранного языка в повседневном и профессиональном общении.

Задачи дисциплины:овладениеиностраннымязыком как средством социального взаимодействия, вхождениев языковую общность, идентификация, присвоениесоциального опыта и социализация обучающегося; приобщение к ценностям, функционирующим в профессиональном сообществе как стран изучаемого языка; дальнейшееформированиеязыкового сознания обучающегося через обобщение, расширение, дифференциацию понятийно-категориального аппарата; дальнейшееразвитиепознавательной потребности; овладениеиностранным языком как средством решения коммуникативных, познавательных и профессиональных задач.

**Дисциплина нацелена на формирование**

профессиональных компетенций (ПК- 2) выпускника.

**Содержание дисциплины (китайский):**

Тема 1. Введение в изучениекитайскогоязыка.

Тема 2. Фонетикакитайскогоязыка.

Тема 3. Китайскаяписьменность.

Тема 4. Грамматическийстройкитайскогоязыка.

Тема 5. Частиречи и членыпредложения. Общаясхемакитайскогопредложения. Субъект и предикат.

Тема 6. Видыпростыхпредложений (в зависимостиоттипапредиката).

Тема 7. Местоимения (личные, притяжательные, указательные, вопросительные, неопределенные).

Тема 8. Видывопросительныхпредложений.

Тема 9. Отрицание в китайскомязыке (不、没、别、无).

Тема 10.Наречия也、都、只、常常、一起、就、才、刚、大概.

Тема 11. Союзы 和、也、还、还是、或者.

Тема 12. Частицы 吗、呢、吧.

Тема 13. Обстоятельствоместа с предлогом在.

Тема 14.Числительные (количественные и порядковые). Большиечисла.

Тема 15. Предложныеконструкции (с предлогами给、和、跟).

Тема 16. Модальныеглаголы.

Тема 17. Категорическоеутверждение и отрицание.

Тема 18. Предложения местонахождения с глаголами在、有、是.

Тема 19. Употребление的. Порядокследованияразличныхвидовопределений.

Тема 20. Степенисравненияприлагательных. Употребление一点儿、有一点儿 и 一些.

Тема 21. Обстоятельство (времени, места, наречия, предложныеконструкции, модальныеглаголы).

Тема 22. Предлогинаправлениядвижения (往、向).

Тема 23. Грамматическаякатегориявремени в китайскомязыке. Длительный, завершенный и неопределенныйаспектыдействия (с помощьюмодификаторов着,了,过).

Тема 24. Способывыражениябудущеговремени.

Тема 25. Модальные частицы了 и видовременные модификаторы.

Тема 26. Дополнительные члены (补语, 得)

Тема 27. Способывыражениясравнения (比、没有、不如、越来越、跟/像一样).

Тема 28. Пассивныйзалог. Употребление被/叫/让/给.

Тема 29. Словасоединительно-разделительной конструкции (离合词). Глаголы соскрытымдополнением. Глаголы, непринимающие дополнения. Тема 30. Употребление的、得、地.

Тема 31. Приблизительный счет. Употребление半 и 多.

Тема 32. Дроби и проценты. Простые арифметические действия.

Тема 33.Основные грамматические конструкции.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет с оценкой, экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 33 з. е., 1188 часов. Программой дисциплины предусмотрены практические (656 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (352 ч.)и 180 ч. контроля.

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Медиатехнологии в рекламе и PR»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Теория коммуникации», «Информационная культура личности», «Информатика и компьютерные технологии», «Современные PR- технологии», «Рекламное видео», «Основы тележурналистики», «Технология создания презентаций».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Психология рекламной деятельности», «Социология массовых коммуникаций».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – развитие у студентов способности к успешной профессиональной деятельности в конвергентных СМИ, с учетом развития современных

медиатехнологий; формирование навыков создания мультимедийного медиапродукта; подготовка к разработке авторских проектов в интернет – СМИ.

Задачи дисциплины – создать теоретическую и практическую базу для приобретения и дальнейшего закрепления навыков создания рекламного медиапродукта с учетом новейших медиатехнологий рассмотреть особенности типологии интернет- ресурсов; ознакомится с типологией сетевых СМИ; освоить основные инструменты поиска и анализа информации; изучить основные принципы коммуникативного процесса сети интернет; выявить особенности языка интернета; изучить принципы создания текстов для сети; изучить особенности SMM продвижения медиапродукта.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-2, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2);

профессиональных компетенций (ПК-6, ПК-7, ПК-12) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Понятие конвергенции, мультимедийная история как современный медиапродукт.
2. Гипертекстуальность в медиапродукте.
3. Интерактивность как ключевой типоформирующий признак.
4. Мультимедийность в медиапродукте.
5. Кроссплатформенность как основа для конвергенции медиапродукта.
6. Этапы инкорпрорации СМИ в социальные сети, основы SMM.
7. Он-лайн травелог как форма рекламного медиапродукта.
8. Ключевые слова и методы работы с ними.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (экзамен, курсовая работа).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (74 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Мировые коммуникационные процессы»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Реклама и PR в социокультурной деятельности региона»**

Цель дисциплины - изучить особенности и специфику рекламы и PR в социокультурной деятельности региона, развить навыки планирования и реализации коммуникационных стратегий, учитывающих социокультурные особенности и потребности местной аудитории. Задачи дисциплины - обучить основам рекламных и PR стратегий в социокультурной среде региона; развить навыки анализа и понимания особенностей местной культуры и общественных процессов; научить применять инструменты и технологии коммуникаций для достижения целей региональных рекламных и PR кампаний.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных и общекультурных компетенций (ПК-1, ПК-4, ПК-7, ОК-2, ОК-5) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Введение в рекламу и PR в социокультурной деятельности региона: основные концепции и тенденции

2. Анализ социокультурной среды региона: идентификация ключевых факторов и культурных особенностей

3. Формирование стратегий регионального брендинга и имиджа

4. Коммуникационные кампании в социокультурной среде: практики и инструменты

5. Влияние социокультурных факторов на разработку рекламных и PR стратегий

6. Взаимодействие с местными сообществами и организациями

7. Роль медиа и цифровых платформ в региональных коммуникациях

8. Этические и правовые аспекты в региональной рекламе и PR

9. Оценка эффективности региональных рекламных и PR кампаний

10. Международный опыт в адаптации рекламных и PR практик к региональной специфике

11. Кейс-стади региональных успехов в рекламе и PR

12. Практическая работа: разработка и реализация региональной рекламной и PR стратегии

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Философия рекламы»**

Цель дисциплины - рассмотреть философские основы и концепции, лежащие в основе рекламной деятельности, исследовать этические и мировоззренческие аспекты в контексте современной рекламы. Задачи дисциплины - обучить основам философских теорий и подходов, применимых в рекламе; развить навыки анализа рекламных практик с философской точки зрения; научить критически осмысливать этические вопросы, связанные с рекламной деятельностью.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных и общекультурных компетенций (ПК-2, ПК-6, ПК-9, ОК-3, ОК-6) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Введение в философию рекламы: основные концепции и подходы

2. Этические аспекты рекламной деятельности: проблемы и дилеммы

3. Философия потребления и реклама: влияние на человеческое поведение

4. Философские основы рекламной этики и морали

5. Реклама как форма культурной идентичности и самоопределения

6. Философские основы брендинга и имиджа

7. Философские аспекты технологий и инноваций в рекламе

8. Влияние рекламы на общественные и моральные ценности

9. Философские аспекты взаимодействия рекламы с искусством и культурой

10. Критика рекламы с философской точки зрения

11. Кейс-стади: анализ рекламных кампаний через призму философии

12. Практическая работа: разработка рекламной стратегии с учетом философских аспектов

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Креатив в современных цифровых мессенджерах»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Имиджеология»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть дисциплин подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Психология», «Социология», «Социология рекламы», «Теория коммуникации», «Копирайтинг».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Мировые коммуникационные процессы»,

«Технологии PR в сфере политики».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – овладение технологией имидж-моделирования определенной личности, товара, услуги, организации, города, территории.

Задачи дисциплины – изучить прикладные, технологические аспекты конструирования и деконструкции имиджа (персонального, корпоративного, территориального) с помощью целевых PR-кампаний. Показать возможности имиджелогии и имиджмейкинга для управленческих кадров в учреждениях образования, культуры, социальной сферы и бизнеса.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5);

профессиональных компетенций (ПК-1,ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-14) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Имидж как социокультурный феномен.

2. Персональный имиджмейкинг.

3. Мифологизация. Мифотоврчество в имиджелогии.

4. Инструментарий имиджелогии.

5. Групповое имиджирование. Корпоративный имидж как объект управления.

6. Конструирование имиджа товара и услуги.

7. Имидж территории как объект управления.

8. Интернет и имидж.

9. Имидж-технологии.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17ч.), практические (51 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (40 ч.).

А**ННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Логика и теория аргументации»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой социально-гуманитарных дисциплин. Основывается на базе дисциплин: «Философия».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Основы конфликтологии».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – дать студентам представление о природе и специфике логического знания, возможностях логики для решения задач будущей профессиональной и научно-исследовательской деятельности, выработать понятие логической культуры как неотъемлемой части общей культуры личности, умение аргументировано и доказательно строить свои рассуждения.

Задача дисциплины – способствовать выработке навыков интеллектуальной деятельности и умения представлять ее результаты (любое знание) в рациональной форме; умения аргументировано обосновывать свои суждения, выявлять логические ошибки и избегать их в собственной профессиональной деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-3, ОПК-6);

профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2,ПК-4, ПК-6, ПК-11) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Мышление как предмет логики. Основные формы мышления.

2. Основные законы логики.

3. Понятие как форма мышления. Операции с понятиями.

4. Суждение как форма мышления.

5. Умозаключение. Виды умозаключений. Структура силлогизма.

6. Классическая логика высказываний.

7. Понятие аргументации. Доказательство и опровержение.

8. Правила аргументации. Логические основы дискуссии. Вопросы и ответы.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Маркетинговые исследования в рекламе и PR»**

Цель дисциплины - ознакомить студентов с методами и инструментами маркетинговых исследований, применяемых в рекламе и PR, развить их навыки сбора, анализа и интерпретации данных для эффективного планирования и оценки рекламных и PR кампаний. Задачи дисциплины - обучить основам маркетинговых исследований в контексте коммуникационных стратегий; развить навыки работы с данными и использования статистических методов для выявления трендов и потребительских предпочтений; научить применять полученные знания для разработки эффективных рекламных и PR стратегий.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных и общекультурных компетенций (ПК-1, ПК-3, ПК-7, ОК-2, ОК-4) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Введение в маркетинговые исследования в рекламе и PR: роль и значение

2. Методы сбора и анализа данных: качественные и количественные подходы

3. Применение статистических методов в маркетинговых исследованиях

4. Инструменты анализа рынка и конкурентной среды

5. Исследование потребительского поведения и предпочтений

6. Технологии и инструменты мониторинга и аналитики в рекламе и PR

7. Коммуникационные исследования: изучение восприятия рекламных и PR сообщений

8. Маркетинговые исследования в цифровой среде: анализ данных из интернета и социальных медиа

9. Прогнозирование и оценка эффективности рекламных и PR кампаний

10. Этические аспекты маркетинговых исследований в рекламе и PR

11. Инновации в маркетинговых исследованиях: новые тенденции и подходы

12. Практическая работа: проведение маркетинговых исследований, анализ данных и разработка стратегий на их основе

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Психология рекламной и PR деятельности»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть дисциплин подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Психология», «Социология», «Социология рекламы», «Теория коммуникации», «Теория и практика рекламы», «История рекламы и связей с общественностью», «Психология массовых коммуникаций», «Медиатехнологии в рекламе и PR».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Мировые коммуникационные процессы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование системы научных знаний и понятий в области психологии рекламной деятельности, умений психологического анализа подходов к пониманию личности, субъекта деятельности и поведения человека, формирование основ профессионального мышления будущих бакалавров профессионального обучения.

Задачи дисциплины – получение базовых знаний в области теоретических основ психологии рекламы, ее истории и перспектив, технологий, регулирования рекламной деятельности; понимание целей, задач психологии рекламы, места рекламы в системе комплекса маркетинговых коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2);

профессиональных компетенций (ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-14) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Методологические основы психологии рекламной деятельности.

2. Когнитивный компонент рекламного воздействия.

3. Эмоциональный компонент рекламного воздействия.

4. Поведенческий компонент рекламного воздействия.

5. Личностный компонент рекламного воздействия.

6. Психология рекламного творчества.

7. Психология личностных ресурсов специалиста в сфере рекламы

8. Психологические особенности саморекламы.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (51 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (40 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«PR-технологии в сфере рекламы »**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Брендинг»**

Цель дисциплины - изучить основные концепции и методы брендинга, развить навыки разработки и управления брендами с целью создания устойчивой и узнаваемой имиджевой платформы. Задачи дисциплины - обучить основам теории и практики брендинга; развить навыки стратегического планирования и управления брендами; научить созданию и реализации брендовых стратегий; подготовить студентов к анализу и оценке эффективности брендинговых решений.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных и общекультурных компетенций (ПК-1, ПК-4, ПК-7, ОК-2, ОК-5) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Введение в брендинг: основные понятия и принципы

2. Стратегическое планирование в брендинге

3. Исследование и анализ рынка и целевой аудитории

4. Позиционирование бренда на рынке

5. Создание брендовой идентичности: логотип, стиль, ценности

6. Управление брендом в динамике

7. Цифровой брендинг: онлайн-присутствие и социальные медиа

8. Взаимодействие с потребителями и создание брендовой лояльности

9. Креативные стратегии и инновации в брендинге

10. Этические и правовые аспекты брендинга

11. Международный и кросс-культурный брендинг

12. Практическая работа: разработка и презентация стратегии брендинга

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Логика и теория аргументации»**

Цель дисциплины - ознакомить студентов с основными принципами логики и теории аргументации, развить их навыки анализа, оценки и конструирования аргументов в различных контекстах. Задачи дисциплины - обучить основам формальной и неформальной логики; развить навыки критического мышления и анализа логических структур; научить использовать правила логического вывода и рассуждения для построения убедительных аргументов.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных и общекультурных компетенций (ПК-2, ПК-6, ПК-9, ОК-3, ОК-6) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Введение в логику и аргументацию: основные понятия и принципы

2. Формальная логика: основные законы и символика

3. Неформальная логика: виды аргументации и их структура

4. Логические ошибки и их предотвращение

5. Структура аргумента: презумпции, премиссы и заключения

6. Анализ аргументов в текстах и речи

7. Логика в науке и повседневной жизни

8. Риторика и логика: влияние эмоций и этические аспекты

9. Критическое мышление и оценка информации

10. Логика и междисциплинарные связи

11. Применение логических методов в профессиональной деятельности

12. Практическая работа: анализ текстов и построение аргументации

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Разработка и проведение PR-кампаний»**

Цель дисциплины - ознакомить студентов с основами разработки и проведения PR-кампаний, обеспечивающих эффективное воздействие на целевую аудиторию и достижение стратегических целей клиентов или организаций. Задачи дисциплины - обучить основам стратегического планирования PR-кампаний; развить навыки анализа целевой аудитории и формулирования ключевых сообщений; научить использовать разнообразные инструменты и технологии PR для создания и поддержки положительного имиджа.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных и общекультурных компетенций (ПК-1, ПК-4, ПК-7, ОК-2, ОК-5) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Введение в PR: основные понятия и функции

2. Стратегическое планирование PR-кампаний: этапы и методики

3. Анализ целевой аудитории и разработка PR-стратегии

4. Формирование ключевых сообщений и брендовой идентичности

5. Использование традиционных и цифровых платформ в PR

6. Взаимодействие с медиа и другими ключевыми стейкхолдерами

7. Кризисное PR: подходы к управлению репутацией в кризисных ситуациях

8. Этические и правовые аспекты в PR

9. Оценка эффективности PR-кампаний: ключевые метрики и инструменты

10. Международный опыт в PR: адаптация мировых практик к региональным особенностям

11. Кейс-стади успешных PR-кампаний

12. Практическая работа: разработка и проведение PR-кампании

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Психология массовых коммуникаций»**

**Логико-структурный анализ дисциплины:** курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Психология», «Социология», «Теория коммуникации».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Основы конфликтологии», «Психология рекламной деятельности», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Мировые коммуникационные процессы».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления о специфике и каналах массовой коммуникации, теоретических подходах к их изучению и методах исследования, специфике информирования и убеждения в СМК, психологического влияния МК на формирование образа мира, а также направления влияния СМК в отдельных областях (поведении индивида, межгрупповых отношениях, массовых процессах).

Задачи дисциплины – ознакомление с предметом социальной психологии, частью которой является психология массовых коммуникаций, с сущностью психологии коммуникации на межличностном уровне, в группе и в масштабе общества; формирование умения эффективно использовать знания методов коммуникативного воздействия; выработка понимания принципов эффективности коммуникативного взаимодействия, учета коммуникативных барьеров, ознакомление с эффектами воздействия средств массовой информации и коммуникации на аудиторию.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2); профессиональных компетенций (ПК-5, ПК-6) выпускника. Содержание дисциплины:

1. Предмет и базовые аспекты психологии массовой коммуникации.

2. Личность в исследованиях ПМК.

3. Закономерности общения и взаимодействия.

4. Психология процесса коммуникации.

5. Психология массового поведения.

6. Психология социального влияния.

7. Медиапсихология.

8. Массовая коммуникация как средство формирования социально значимых потребностей.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет, экзамен).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 4 з.е., 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (32 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (78 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Технологии экспертизы рекламного продукта»**

Цель дисциплины - научить студентов методам и технологиям экспертизы рекламных и PR продуктов, обеспечивающим их качество, соответствие заданным стандартам и эффективность. Задачи дисциплины - обучить основным подходам и методам экспертизы рекламных и PR продуктов; развить навыки анализа и оценки качества рекламных и PR материалов; научить использовать специализированные инструменты и технологии экспертизы; подготовить студентов к проведению профессиональной оценки рекламных и PR кампаний.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных и общекультурных компетенций (ПК-2, ПК-6, ПК-9, ОК-3, ОК-6) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Введение в экспертизу рекламных и PR продуктов

2. Основы и принципы экспертизы

3. Методы анализа и оценки рекламных и PR материалов

4. Критерии качества и эффективности рекламных и PR продуктов

5. Инструменты и технологии экспертизы

6. Этические и правовые аспекты экспертизы

7. Психологические аспекты восприятия рекламы и PR

8. Экспертиза визуальных и вербальных компонентов

9. Экспертиза медиапланов и медиаэффективности

10. Анализ целевой аудитории и её реакции

11. Кейсы успешной экспертизы рекламных и PR кампаний

12. Практическая работа: проведение экспертизы и презентация результатов

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Современный рынок услуг в области PR-деятельности и рекламы»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в базовую часть профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий

Основывается на базе дисциплин: «Экономика», «Современные PR-технологии»,

«Теория и практика рекламы», «Введение в специальность», «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Хозяйственное право», «Социология рекламы».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Мировые коммуникационные процессы»,

«Основы конфликтологии».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний о состоянии современного рынка услуг в области PR-деятельности и рекламы, его специфики и факторов развития.

Задача дисциплины – сформировать у студентов понимание зависимости рынка от макроэкономических процессов; причин возрастание конкуренции на рынке рекламных и PR-услуг; тенденций развития рынка рекламы и PR-услуг на сегодняшний день.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-1) общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5) и

профессиональных компетенций (ПК-6, ПК-7, ПК-9, ПК-10, ПК-13, ПК-14, ПК-15) выпускника.

Содержание дисциплины:

Важнейшие тенденции современного развития рынка связей с общественностью и рынка рекламных услуг.

Источники информации о рынке рекламы и PR-услуг.

Структура отечественного рынка рекламы и PR-услуг.

Динамика развития отечественного рынка рекламы и PR-услуг.

Особенности развития рынка рекламы и PR-услуг в сравнении с западным рынком.

Глобализация PR и Интернет как факторы развития рынка рекламы и PR.

Перспективы развития рынка рекламы и PR-услуг.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (экзамен).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (16 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (40 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Основы журналистики»**

Цель дисциплины - ознакомить студентов с основными принципами и методами журналистики, развить их навыки сбора, анализа и представления информации в соответствии с профессиональными стандартами. Задачи дисциплины - обучить основам журналистского ремесла; развить навыки работы с информацией, включая поиск, проверку достоверности и структурирование материалов; научить использовать разнообразные журналистские форматы и технологии для создания качественных новостных текстов и материалов.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных и общекультурных компетенций (ПК-1, ПК-4, ПК-7, ОК-2, ОК-5) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Введение в журналистику: основные понятия и функции

2. История развития журналистики: основные этапы и школы

3. Основы репортажа: методы сбора и анализа информации

4. Новостное сообщение: структура и основные принципы написания

5. Интервьюирование: техники проведения интервью и анализ ответов

6. Жанры журналистики: анализ особенностей статьи, репортажа, комментария, аналитического материала и других форматов

7. Этика и профессиональные стандарты в журналистике

8. Использование цифровых технологий в журналистике: новые медиаплатформы и инструменты

9. Журналист как общественный критик: роль и влияние на общественное мнение

10. Журналистика в условиях мультимедиа: интеграция текста, звука, видео и графики

11. Критический анализ медиа-сообщений и медиакритика

12. Практическая работа: подготовка и написание новостных материалов, анализ и комментирование актуальных событий

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Культурные индустрии и современные тренды»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Стилистика и литературное редактирование»**

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в вариативную часть дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Русский язык по профессиональной направленности», «Культура речи», «Копирайтинг».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Спичрайтинг».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – познакомить студентов с основами стилистики современного русского языка и отработать с ними навыки стилистической и литературной обработки рекламного текста.

Задачи дисциплины – дать понятие стилей речи и их особенностей; познакомить с задачами практической стилистики; отработать навыки использования стилистических ресурсов лексики и грамматики современного русского языка; научить основам литературного редактирования рекламного и другого медиатекста.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-3);

профессиональных компетенций (ПК-4, ПК-8, ПК-16) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Стилистика как раздел языкознания.

2. Система функциональных стилей современного русского языка.

3. Способы выражения авторского начала.

4. Стилистическая норма.

5. Стилистические ресурсы лексики и грамматики.

6. Стилистика текста.

7. Текст как объект литературного редактирования.

8. Логические основы редактирования текста.

9. Работа над композицией авторского материала.

10. Работа над фактическим материалом. Работа над языком и стилем публикаций.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (дифференцированный зачет).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (51 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (40 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Делопроизводство и документоведение»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Фандрайзинг в сфере рекламы»**

Цель дисциплины - предоставить студентам знания и навыки, необходимые для успешного фандрайзинга в сфере рекламы, включая привлечение ресурсов и финансирования для реализации рекламных проектов и кампаний. Задачи дисциплины - обучить основам фандрайзинга и его специфике в рекламной сфере; развить навыки поиска и привлечения спонсоров и инвесторов; научить разрабатывать и реализовывать фандрайзинговые стратегии; подготовить студентов к эффективному управлению финансовыми и материальными ресурсами в рекламных проектах.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных и общекультурных компетенций (ПК-3, ПК-5, ПК-8, ОК-4, ОК-7) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Введение в фандрайзинг в сфере рекламы

2. Основы фандрайзинга: понятия и виды

3. Источники финансирования и ресурсы для рекламных проектов

4. Разработка фандрайзинговой стратегии

5. Поиск и привлечение спонсоров и партнеров

6. Подготовка и проведение фандрайзинговых мероприятий

7. Взаимодействие с инвесторами и донорами

8. Эффективное использование средств и ресурсов

9. Маркетинговые коммуникации в фандрайзинге

10. Этические и правовые аспекты фандрайзинга

11. Оценка и анализ эффективности фандрайзинговых кампаний

12. Практическая работа: разработка и презентация фандрайзингового проекта

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (17 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

 **АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Монетизация контента и фандрайзинг в сети Интернет»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Антикризисный PR и консалтинг»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Антикризисный PR в сфере государственного управления»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Этика и эстетика»**

**Логико-структурный анализ дисциплины:** курс входит базовую часть общенаучного блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется кафедрой теории искусств и эстетики.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Мировая литература» «Русская литература», «Психология», «Философия».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Политология», «История изобразительного искусства».

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование у студентов базовых знаний об основных моральных принципах, этических и эстетических категориях, этикете, искусстве и художественных стилях; освоение наследия мировой этической и эстетической мысли.

Дисциплина обязана обеспечить повышение духовно-нравственной и художественной культуры студентов, формирование нравственно самостоятельной творческой личности.

Задачи дисциплины – ознакомление студентов со структурой и спецификой этического и эстетического знания, основными историческими этапами его развития, актуальными проблемами современной этики, эстетики, философской литературы; формирование у студентов устойчивого интереса к изучению морально-этической и проблематики, создание базы для дальнейшего самообразования и выработки устойчивой нравственно-мировоззренческой позиции, эстетической оценки и ценностных ориентаций; осмысление моральных процессов современного общества, искусства и культуры, значимости общечеловеческих ценностей и формирование качеств нравственно-автономной личности и гражданина; осознание самоценности человека не только в своем лице, но и в лице другого, формирование у студентов способности к переводу этической и эстетической информации в личностные смыслы (осознание собственных ценностных ориентаций, рефлексия над поступками и их мотивацией); ознакомление с морально-этическими и эстетическими аспектами избранной специальности, с основами профессиональной этики специалиста в области культуры в контексте эстетики XXI века и прикладных этических проблем.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4); профессиональных компетенций (ПК-10, ПК-11) выпускника.

**Содержание дисциплины:**

1. Понятие и предмет этики. Зарождение этической мысли.

2. Этика эпохи Нового времени. Современные этические учения.

3. Основные категории этики. Нравственные добродетели.

4. Социально-нравственные добродетели.

5. Эстетика как наука. Основные категории эстетики.

6. Художественно-эстетические стили в истории эстетики.

7. Искусство и его классификация.

**Виды контроля по дисциплине:** текущий контроль, промежуточная аттестация (зачет).

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Деловой этикет»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Основы военной подготовки»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы учебной дисциплины**

**«Практикум по русскому языку»**

2.4. Аннотации программ практик

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы практики**

**«Учебная практика»**

Логико-структурный анализ: входит в блок «Практика» подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Руководство практикой реализуется преподавателями кафедры рекламы и PR- технологий.

Цели и задачи практики:

Цель практики – закрепление и углубление теоретических знаний в области управления коммуникациями и установление их связи с практикой; преобразование приобретенных теоретических знаний в систему профессиональных умений; знакомство с основами будущей профессиональной деятельности и работой пресс-центров и отделов по связям с общественностью.

Задачи практики – познакомить с содержанием работы в агентствах, отделах по рекламе и связям с общественностью; выработать у студентов умение собирать, анализировать и систематизировать факты по связям с общественностью и рекламе.

Практика нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4); профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-7, ПК-8) выпускника.

Содержание практики:

1. Определение цели и задач практики, ее место в учебном процессе.
2. Участие в работе отделов по связям с общественностью и рекламе, пресс-центре Академии Матусовского.
3. Организация и проведение опросов общественного мнения.
4. Распространение рекламных материалов.
5. Сбор материалов для проведения PR-мероприятий, рекламных акций, проводимых отделами по рекламе и связям с общественностью и помощь в их организации.

Виды контроля по практике: промежуточная аттестация (экзамен).

Общая трудоемкость освоения практики составляет 10 з.е., 360 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17 ч.), практические (18 ч.) и самостоятельная работа студента (325 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы практики**

**«Производственная практика»**

**Логико-структурный анализ: входит в блок «Практика» подготовки** студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Руководство практикой реализуется преподавателями кафедры рекламы и PR- технологий.

Цели и задачи практики:

Цель практики – ознакомление студентов с будущей сферой деятельности, социально-производственными функциями и профессиональными задачами, которые должны выполнять будущие PR-специалисты; закрепление и применение теоретических знаний, полученных студентами в процессе изучения специальных дисциплин; изучение и анализ особенностей организации рекламной и PR-деятельности на конкретном предприятии (организации).

Задачи практики– приобретение студентами практических навыков разработки PR и рекламных материалов на основе современных знаний в области теории и методики организации эффективной деятельности по связям с общественностью; разработка и проведение PR-мероприятия; участие в работе корпоративной прессы; подготовка отчета о прохождении практики.

Практика нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7) общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4) профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-7, ПК-8, ПК-12,ПК-13,ПК- 14, ПК-15, ПК-16) выпускника.

Содержание практики:

1. Ознакомление с основными профессиональными функциями специалиста в области рекламы и связей с общественностью.
2. Получение знаний о работе пресс-центров, пресс-служб, отделов рекламы и связей с общественностью.
3. Знакомство с содержанием работы предприятия прохождения практики.
4. Участие в конкретных производственных процессах и исследованиях.
5. Ознакомление с приемами, способами и методами сбора и обработки материала.
6. Сбор материалов для подготовки курсовой работы по дисциплине «Современные PR-технологии».
7. Проведение деловых мероприятий; создание и распространение рекламных и PR- материалов.
8. Подготовка отчета о прохождении практики.

Виды контроля по практике: промежуточная аттестация (дифференцированный зачет).

Общая трудоемкость освоения практики составляет 10 з.е., 360 часов.

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Производственная практика (научно-исследовательская работа)»**

Логико-структурный анализ дисциплины: входит в блок «Практика» подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Руководство практикой реализуется преподавателями кафедры рекламы и PR- технологий.

Цели и задачи практики:

Цель практики – обобщение и систематизация исследовательского инструментария по рекламе и связям с общественностью, полученного в процессе освоения образовательной программы и использование его для сбора и анализа по теме НИР; овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно- исследовательской работы; формирование у студентов профессионального знаний в области научно-исследовательской деятельности.

Задачи практики – формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению «Реклама и связи с общественностью»; овладение методами исследования по направлению; совершенствование умения и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности; развитие компетентности будущего бакалавра, специализирующегося в сфере рекламы и связей с общественностью; систематизация материалов для написания НИР.

Практика нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных компетенций (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4); профессиональных компетенций (ПК-20, ПК-21, ПК-22, ПК-24, ПК-25, ПК-26)

выпускника.

Содержание практики:

1. Осуществление научно-исследовательских работ в рамках научно- исследовательской работы кафедры (сбор, анализ научно-теоретического материала, сбор эмпирических данных, интерпретация экспериментальных и эмпирических данных).
2. Участие в решение научно-исследовательских работ, выполняемых кафедрой рекламы и PR-технологий в рамках договоров с образовательными учреждениями, исследовательскими коллективами.
3. Участие в организации и проведении научных, научно-практических конференций, круглых столах, дискуссиях, диспутах, организуемых кафедрой рекламы и PR-технологий и других мероприятиях ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского».
4. Самостоятельное проведение семинаров, мастер-классов, круглых столов по актуальной проблематике.
5. Участие в конкурсах научно-исследовательских работ.
6. Ведение библиографической работы с привлечением современных информационных и коммуникационных технологий.
7. Ведение страниц в социальных сетях с целью размещения рекламы и PR- сопровождения.
8. Представление итогов проделанной работы в виде отчетов, рефератов, статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных средств редактирования и печати.

Виды контроля по практике: дифференцированный зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 25 з.е., 900 часов.

Программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студента (900 ч.).

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы**

**«Преддипломная практика»**

Логико-структурный анализ дисциплины: входит в блок «Практика» подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Руководство практикой реализуется преподавателями кафедры рекламы и PR- технологий.

Цели и задачи практики:

Цель практики – закрепление полученных в ходе обучения в вузе знаний для успешного написания выпускной квалификационной работы бакалавра по выбранной теме и для их применения в дальнейшей практической деятельности.

Задачи практики – приобретение навыков практической работы; формирование профессиональных компетенций в сфере исследовательской и аналитической деятельности; формирование профессиональных компетенций в сфере коммуникационной деятельности; систематизация материалов для написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

Практика нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7); общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4);

профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-7, ПК-8, ПК-12, ПК- 13,ПК-14, ПК-15, ПК-16) выпускника.

Содержание практики:

Характеристика деятельности предприятия в соответствии с общими задачами преддипломной практики.

Знакомство с содержанием работы предприятия прохождения практики.

Участие в конкретных производственных процессах и исследованиях.

Ознакомление с приемами, способами и методами сбора и обработки материала.

Выполнение индивидуального задания: сбор материалов для подготовки рекламного комплекса для предприятия (организации).

Подготовка отчета о прохождении практики (описание предлагаемых рекламных мероприятий с указанием целей, задач и предполагаемого эффекта).

Разработка фирменного стиля или его ребрендинг и проектирование рекламных носителей для различных средств размещения рекламы (минимум пять различных носителей.

Общая трудоемкость освоения практики составляет 12з.е., 432 часа. Программой практики предусмотрена самостоятельная работа студента (432 ч).

**2.5. Программа государственной итоговой аттестации**

Программа государственной итоговой аттестации для выпускников ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью прилагается в Приложении № 3.

**2.5. Программа воспитательной работы**

**2.6. Календарный график воспитательной работы**

**3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА.**

Образовательная программа включает в себя 29 учебных дисциплин, в том числе 12 обязательной части, 17 – части, формируемой участниками образовательных отношений.

ОПОП предусматривает 4 типа практик: ознакомительная, проектная, преддипломная, научно-исследовательская работа.

По всем дисциплинам и практикам разработаны и утверждены в установленном порядке рабочие программы. Сформирована необходимая учебно-методическая документация и другие материалы. Они представлены в Виртуальной академии, имеются на профильных кафедрах.

Реализация ОПОП обеспечивается доступом к электронной библиотечной системе всех обучающихся, в том числе одновременно из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. Осуществляется оперативный обмен информацией с вузами и образовательными организациями, организациями культуры и социальной сферы.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 25% обучающихся по данному направлению подготовки.

Каждому обучающемуся обеспечивается доступ к комплектам библиотечного фонда и периодическим изданиям, соответствующим базовой части, а также доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

**4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Здания и сооружения Академии соответствуют противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническая база Академии обеспечивает проведение всех видов учебной, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Оборудованы учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, в том числе служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа имеется демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации к рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Выделены помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и электронной информационно-образовательной среде института.

Институт обеспечен лицензионным программным обеспечением в соответствии с рабочими программами дисциплин (модулей) и практик.

Учебно-исследовательская работа студентов обеспечивается деятельностью студенческого научного общества, регулярным проведением конференций и других мероприятий. В Академиивыпускаются 2 научных журнала.

Обеспечению научно-исследовательской деятельности студентов способствует функционирующий Центр по изучению русской культуры.

Определены помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

**Условия реализации ОПОП для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости получают образование на основе адаптированных образовательных программ. Адаптация осуществляется путем включения в вариативную часть образовательной программы специализированных адаптационных дисциплин (модулей). Для инвалидов образовательная программа формируется с учетом индивидуальной программы реабилитации инвалида, подготовленной психолого-медико-педагогической комиссией или федеральным учреждением медико-социальной экспертизы.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

ОПОП обеспечивает необходимые условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья для освоения дисциплин (модулей).

Выбор мест прохождения практики осуществляется с учетом состояния здоровья инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и при условии выполнения требований по доступности.

Текущий контроль успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации обучающихся осуществляется с учетом особенностей нарушений их здоровья.

В институте создана толерантная социокультурная среда, деканатами назначаются лица, ответственные за обеспечение условий для получения образования и обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья, предоставляется волонтерская помощь из числа студентов. Осуществляются меры по медицинскому сопровождению получения образования лицами с ограниченными возможностями здоровья, а также по их социальной поддержке.

**5. МЕТОДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ**

Для сопровождения образовательного процесса по ОПОП разработаны:

- методические материалы для всех учебных дисциплин по видам занятий: лекционных, практических;

- методические материалы по прохождению практик;

- методические материалы для самостоятельной работы бакалавров;

- методические материалы по текущему контролю, промежуточной и государственной итоговой аттестации.