

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «История»

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: дисциплина читается в 1-2 семестре 1 курса.

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, целостного представления о культурно-историческом своеобразии и роли в мировой истории Российской цивилизации, а также Луганщины как неотъемлемой части русского мира.

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

общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7) выпускника.

Содержание дисциплины:

- Тема 1. История в системе социально-гуманитарных наук
- Тема 2. Первобытная эпоха человечества
- Тема 3. Древний Восток
- Тема 4. Античная Греция и Рим
- Тема 5. Древняя Русь
- Тема 6. Средневековая Европа
- Тема 7. Древнерусское государство (IX–XIII вв.)
- Тема 8. Русь в эпоху Средневековья (XIV–XVII вв.)
- Тема 9. Страны Востока в Средние века
- Тема 10. Европа в ранний период Нового времени (XVII–XVIII вв.)
- Тема 11. Формирование индустриального общества в странах Европы и США (XIX – начало XX вв.)
- Тема 12. Россия в XVIII–XIX вв. : попытки модернизации и промышленный переворот
- Тема 13. Мировые войны XX в.
- Тема 14. Страны Запада в Новейшее время (XX – начало XXI вв.)
- Тема 15. Россия в первой половине XX в.
- Тема 16. Великая Отечественная война (1941–1945 гг.)

Тема 17. Россия в середине XX в. – начале XXI в. Провозглашение Луганской и Донецкой Народных Республик.

Тема 18. Постиндустриальная и глобальная цивилизация

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

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

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Русский язык (по профессиональному направлению)»

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: «Русская литература».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Копирайтинг», «Культура речи», «Основы НИР», «Стилистика и литературное редактирование», «Спичрайтинг».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – повышение уровня общеязыковой подготовки, языковой грамотности, коммуникативной компетентности студентов, практическое овладение основами официально-делового, научного, разговорного стилей русского литературного языка, выработка навыков оптимальной речевого поведения в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины – сформировать четкое и правильное понимание роли языка в профессиональной деятельности; обеспечить владение нормами современного русского литературного языка и соблюдение требований культуры устной и письменной речи; выработать навыки самоконтроля за соблюдением языковых норм в общении; развивать творческое мышление студентов; сформировать навыки оперирования профессиональной терминологией.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-7) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Язык как система.
2. Русский язык: его историческое изменение и современное состояние.
3. Культура речи как особая лингвистическая дисциплина.
4. Общеязыковые нормы на современном этапе развития русского языка.
5. Культура письменной речи. Орфографические нормы.
6. Орфоэпические нормы, их динамика.
7. Лексические нормы в аспекте точности и выразительности речи.
8. Основные тенденции развития грамматических норм.
9. Синтаксические нормы русского языка.
10. Функционально-смысловые типы речи и стили русского литературного языка.
11. Официально-деловой стиль: сфера его функционирования, жанровое разнообразие.
12. Речь в межличностных и общественных отношениях.
13. Особенности деловой коммуникации.
14. Основы ораторского искусства.
15. Логические и психологические приёмы полемики.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены практические занятия (53 ч.) и самостоятельная работа студента (19 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Украинский язык (по профессиональному направлению)»

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: «Русский язык (по профессиональному направлению).

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Культура речи», «Спичрайтинг».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – повышение уровня общеязыковой подготовки, языковой грамотности, коммуникативной компетентности студентов, выработка навыков оптимального речевого поведения в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины – сформировать чёткое и правильное понимание роли украинского языка в профессиональной деятельности; обеспечить владение нормами современного украинского литературного языка и соблюдение требований культуры устной и письменной речи; выработать навыки самоконтроля за соблюдением языковых норм в общении; развивать творческое мышление студентов; сформировать навыки оперирования профессиональной терминологией, редактирования, корректирования и перевода научных текстов.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Мова як система. Мовні норми.
2. Основи культури української мови.
3. Функціональні стилі української мови та сфера їх застосування.
4. Спілкування як інструмент професійної діяльності.
5. Риторика й мистецтво презентації.
6. Культура усного фахового спілкування.
7. Форми колективного обговорення професійних проблем.
8. Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены практические занятия (17 ч.) и самостоятельная работа студента (55 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 изучается 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

общекультурных компетенций (ОК-6, ОК-7) 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. *To be* go.
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

«Иностранный язык (по профессиональному направлению)»

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 лингвистики и межкультурной коммуникации.

Основывается на базе дисциплин: «Иностранный язык».

Является основой для совершенствования и активизации навыков владения иностранным языком как средством межкультурного, межличностного и профессионального общения.

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – обеспечение активного владения иностранным языком как средством «формирования и формулирования мыслей» в профессионально-ориентированных сферах общения.

Задачи дисциплины – переориентировать студентов в психологическом плане на понимание иностранного языка как внешнего источника информации и иноязычного средства коммуникации, на усвоение и использование иностранного языка для выражения собственных

высказываний и понимания других людей; подготовить студентов к естественной коммуникации в устной и письменной формах иноязычного общения; научить студентов видеть в иностранном языке средство получения, расширения и углубления системных знаний по специальности и средство самостоятельного повышения своей профессиональной квалификации.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Selfpresentation.
2. General appearance.
3. Describing character. Feelings and emotions.
4. Family, relatives and friends.
5. Marriage and special occasions.
6. Lifestyle.
7. Health.
8. At the doctor.
9. Film and cinema.
10. Television.
11. Theater.
12. Music.
13. Books and art.
14. Countries and nationalities. Travelling
15. Leisure time. Hobbies and interests.
16. Sport and activities.
17. Shops and shopping.
18. Clothes.
19. Furniture in the house.
20. Jobs and working life.
21. Employment.
22. Crime and punishment.
23. The environment.
24. Nature and world around us.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 з.е., 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены практические (100 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (80 ч.).

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: «Психология», «Политология», «Этика и эстетика», «Социология», «Экономика», «Педагогика», «Основы менеджмента», «Теория коммуникации», «Введение в специальность», «Основы конфликтологии», «Правовое

обеспечение рекламной деятельности», «Хозяйственное право», «Культура и идеология в XXI в.», «Логика», «Мифология в рекламе и PR».

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

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. 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. Немецкая классическая философия. Марксизм.
9. Современная западная философия.
10. Онтология.
11. Гносеология.
12. Философия природы.
13. Философская антропология.
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.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

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 эстетической 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
«Политология»

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: «Теория коммуникации», «Философия», «История», «Этика и эстетика», «Социология».

Является основой для подготовки ВКР.

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов теоретических представлений о политике, государстве, власти, политических субъектах, политической деятельности и т.д.; формирование навыков интерпретации социально-политической реальности.

Задача дисциплины – сформировать представление о наиболее важных категориях науки, концепциях по важнейшим политическим проблемам; приобретение навыков использования знаний для анализа и оценки политической ситуации в стране и в мире.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-2, ОК-6, ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4);

профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Сущность, предмет и методы политологии.
2. История мировой политической мысли.
3. Власть как общественное явление.
4. Политическая система общества.
5. Государство как политический институт.
6. Политический режим.
7. Основные политические идеологии современности.
8. Политическое лидерство и политическая элита.
9. Политические партии, партийные системы и общественно-политические движения.

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 (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 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 организационно-функциональная 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 зачет).

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** **«Русская 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: «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 XX века.
14. Тенденции развития русской литературы периода «оттепели» (Б. Пастернак, А. Солженицын, бр. Стругацкие).
15. «Деревенская» и «городская» проза в русской литературе XX 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** **«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 писателей-классиков 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 XIX – XX вв.
13. Модернизм в мировой литературе.
14. Экзистенциализм как мировоззрение писателей «потерянного поколения» и его отображение в прозе 30-х годов XX вв.
15. Литература середины XX 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 «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 научно-исследовательских 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** **«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 «Экономика»

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: «История», «Философия», «Социология».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Основы НИР», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Мировые коммуникационные процессы», «Международные отношения», «Современный рынок услуг в области PR-деятельности и рекламы», «Хозяйственное право».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование системы знаний о субъектах экономики, явлениях и процессах экономической жизни общества, о методах и инструментах исследования этих явлений, о способах и средствах решения экономических проблем.

Задачи дисциплины – изучение действия законов и общих принципов экономики; анализ социально-экономических процессов, происходящих в обществе; рассмотрение основных понятий и показателей функционирования рыночной экономики; понимание содержания и сущности мероприятий государства в сфере занятости и доходов населения, в области

бюджетно-налоговой, кредитно-денежной, инвестиционной политики; рассмотрение особенностей современного этапа глобализации мировой экономики; использование полученных знаний в практической деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-3, ОК-7), общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-4) профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2, ПК-6, ПК-9) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Понятие и сущность экономики.
2. Собственность и предпринимательство.
3. Общие проблемы экономического развития.
4. Основы организации рыночного хозяйства.
5. Механизм рыночной системы.
6. Домохозяйство в рыночной экономике.
7. Предприятие в рыночной экономике.
8. Роль государства в современной экономике.
9. Мировое хозяйство и международные экономические отношения.

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 (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«История изобразительного искусства»

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 теории искусств и эстетики.

Основывается на базе дисциплин: «История», «Этика и эстетика».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Рекламное видео», «Наружная реклама», «Компьютерные технологии и проектирование наружной рекламы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – сформировать у студентов систему знаний по теории и истории изобразительного искусства, представить целостную, всестороннюю картину развития искусства от древнейших времен до современности, выработать понимание специфики изобразительного искусства, определение характерных формообразующих черт основных художественных стилевых направлений.

Задача дисциплины – изучить выдающиеся памятники той или иной эпохи истории искусства, проследить эволюционный путь новых стилевых течений и тенденций: их зарождение, становление, развитие, основные стилеобразующие элементы, художественно-историческое содержание, связи с духовной, историко-культурной средой соответствующего времени; научиться первичному анализу произведения искусства с учетом его исторических, культурологических, художественных и технических характеристик.

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

Содержание дисциплины:

1. Введение в искусствознание. Первобытное искусство. Искусство Древнего мира.

2. Античное изобразительное искусство. Раннехристианское искусство. Коммуникация как социальная подсистема.

3. Изобразительное искусство Средневековья.

4. Западноевропейское изобразительное искусство эпохи Возрождения.

5. Западноевропейское искусство XVII века.

6. Западноевропейское искусство XVIII века.

7. Западноевропейское искусство XIX века.

8. Современное изобразительное искусство.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (дифференцированный 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 «Психология»

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: «Философия», «История», «Русская литература», «Мировая литература».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Этика и эстетика», «Психология рекламной деятельности», «Основы конфликтологии», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Педагогика», «Теория и практика рекламы», «Теория коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Имиджевые технологии», «Безопасность жизнедеятельности».

Цели и задачи дисциплины:

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

Задача дисциплины – формирование системы знаний о строении и функционировании психики человека в процессе его жизнедеятельности, формирование навыков понимания и дифференцирования психических явлений в реальной жизнедеятельности человека; формирование базовой ориентировки в освоении прикладных направлений психологии.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-6, ОК-7);
обще профессиональных (ОПК-1, ОПК-2);
профессиональных компетенций (ПК-6, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Методология, история и теоретические основы психологии.

2. Познавательные психические процессы личности.

3. Эмоционально-волевая сфера личности.

4. Индивидуальные психологические особенности личности.

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 (36 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Педагогика»

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 социально-гуманитарных дисциплин.

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

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

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – дать научно-практические знания по организации учебно-воспитательного процесса в школе; ознакомить с основными воспитательными задачами педагогики с целью использования их в будущей профессиональной деятельности.

Задача дисциплины – дать представление об истории развития отечественной и зарубежной школы; дать представление о методологии педагогического исследования; сформировать базовые знания по дидактике; специфике профессионально-педагогической деятельности преподавателя средней общеобразовательной школы.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-4, ОПК-5);

профессиональных компетенций (ПК-6) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Педагогика как наука и учебная дисциплина.
2. Развитие и воспитание. Основные направления развития личности.
3. Зарождение и развитие педагогической мысли в Европе.
4. Понятие о дидактике и процессе обучения.
5. Содержание образования. Методы и средства обучения.
6. Виды и формы организации обучения.
7. Процесс воспитания. Его закономерности и принципы.
8. Методы, приемы и средства воспитания.
9. Основы педагогического мастерства.

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 (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Социология»

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», «История», «Информационная культура личности».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория и практика рекламы», «Политология», «Экономика», «Социология массовых коммуникаций», «Основы конфликтологии», «Социология рекламы», «Теория коммуникации», «Основы менеджмента», «Психология массовых коммуникаций», «Психология рекламной деятельности», «Имиджевые технологии», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов представления об обществе как сложноорганизованной системе, обладающей универсальными и специфическими закономерностями развития; повышение общекультурного уровня студентов за счет получения ими знаний о ведущих социальных институтах.

Задача дисциплины – изучение основных теоретических концепций и подходов, сформировавшихся в социологической мысли; ознакомление с методологией современной социологии; формирование у студентов навыков самостоятельного анализа явлений социальной действительности.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-2, ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2);

профессиональных компетенций (ПК-6, ПК-7, ПК-10) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Социология: наука об обществе.
2. Классическая социология.
3. История становления социологии.
4. Общество как целостная социальная система. Социальная структура общества.
5. Социальные институты и социальные организации.
6. Личность в системе социальных связей.
7. Культура и общество.
8. Методика и техника социологических исследований.
9. Основные методы сбора социальной информации.

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 (36 ч.), практические (34 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (38 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 бренд-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
«Математика»

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: элементарная математика (школьный курс алгебры, геометрии, элементарных функций и основ математического анализа).

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Информатика и компьютерные технологии».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – овладение студентами необходимым математическим аппаратом, помогающим анализировать, моделировать и решать задачи в рамках прикладных исследований.

Задача дисциплины – развитие логического и абстрактного мышления студентов; овладение студентами методами исследования и решения математических задач, выработка у студентов умения самостоятельно расширять свои математические знания и проводить математический анализ прикладных задач.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-6);

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

Содержание дисциплины:

1. Линейная алгебра.

2. Дифференциальное исчисление.

3. Интегральное исчисление.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (74 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Информатика и компьютерные технологии»

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: «Математика», «Иностранный язык».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Теория и практика массовой информации», «Технологии создания презентаций», «Рекламное видео», «Наружная реклама», «Медиа-технологии в рекламе и PR», «Компьютерные технологии в проектировании наружной рекламы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – овладение студентом современными средствами компьютерной техники, современным программным обеспечением, связанным с подготовкой и редактированием документов, анализом и хранением данных, поиском информации, коммуникацией.

Задача дисциплины – подготовка студентов к эффективному использованию персональных компьютеров в процессе решения экономических и управленческих задач, коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных (ОК 1, ОК-6, ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-6);

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

Содержание дисциплины:

1. Базовые понятия информатики.
2. Технические и программные средства реализации информационных процессов.
3. Текстовые редакторы, подготовка документов в среде MS Word. Обработка текстовых данных.

4. Электронные таблицы, их характеристики, выбор, применение. Обработка данных в электронных таблицах MS Excel.

5. Компьютерная графика. Мультимедийные технологии. Основы формирования электронных презентаций.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (74 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 – способствовать 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** **«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** **«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 публичных 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 «публичных 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** **«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», «Медиа-технологии 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 «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», «Медиа-технологии 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** **«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);
общефессиональных (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. Медиapsихология.
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 учебной дисциплины
«Теория и практика массовой информации»

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: «Теория коммуникации», «Информационная культура личности», «Социология массовых коммуникаций», «Информатика и компьютерные технологии», «История рекламы и связей с общественностью».

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

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления о системе массовой информации, обучение студентов эффективной деятельности в среде массовых коммуникаций и помощь в овладении знаниями об основах журналистского мастерства, экономике СМИ, технических средствах отрасли, правовой культуре.

Задачи дисциплины – ознакомить студентов с основами теории журналистики, системой средств массовой информации и ее функционированием, со значением содержания и формы в создании произведений журналистики, раскрыть роль и место массовой информации в системе современной коммуникации.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7);
общефессиональных (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4);
профессиональных компетенций (ПК-10, ПК-11, ПК-12) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Информация: становление понятия.
2. Понятие массовой информации.
3. Развитие обмена информацией в древности.
4. Пражурналистские и раннежурналистские явления в обществе.
5. Исторические типы и модели журналистик.

6. Массово – информационная природа и принципы журналистики.
7. Типология и система СМИ.
8. Управление массовой информацией
9. Особенности информационной инфраструктуры в национальных границах различных стран.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 з.е., 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 ч.), практические (30 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (80 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 «Международные отношения»

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: «История», «Экономика», «Политология».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Культура и идеология в XXI веке», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Мировые коммуникационные процессы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления о системе международных отношений, научно обоснованных представлений о принципах, методах, подходах к организации управления международных отношений.

Задачи дисциплины – формирование у студентов теоретической базы и определенных практических навыков по основным вопросам международных отношений; стимулирование у студентов заинтересованности к международным отношениям, как важному средству профессионального и личностного роста; развитие у студентов коммерческого мышления, поискового умонастроения, предпринимательской интуиции и инициативности, международной психологии и менталитета.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-3, ОК-6);

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2);

профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2, ПК-7) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Мировое хозяйство и международные отношения
2. Международное разделение труда.
3. Теории международной торговли.
4. Международная торговля и внешнеторговая политика.
5. Тарифные методы регулирования международной торговли.
6. Нетарифные методы регулирования международной торговли.
7. Международное движение капитала.
8. Международная миграция рабочей силы.
9. Международные валютные отношения.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (16 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (74 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Основы конфликтологии»**

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», «Психология», «Социология», «Основы менеджмента», «Психология массовых коммуникаций», «Современный рынок услуг в области PR-деятельности и рекламы», «Логика».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Мировые коммуникационные процессы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления о современной теории и практике изучения конфликтов, навыках профессионального поведения в конфликтных ситуациях и регулирования конфликтов, что позволит будущим специалистам оптимизировать взаимодействие с персоналом, клиентами, предупредить трудности взаимного непонимания, наладить отношения сотрудничества.

Задачи дисциплины – введение в историю и круг современных представлений о конфликтах в различных сферах жизнедеятельности; формирование теоретических представлений о конфликтных ситуациях, связанных с будущей профессиональной деятельностью студентов, решением социальных и профессиональных задач; развитие культуры поведения студентов в сложных жизненных ситуациях, способностей решать внутриличностные и профессиональные проблемы; подготовка к активной общественной жизни; воспитание у студентов общечеловеческих духовных ценностных ориентаций, толерантного отношения и принятия индивидуальных особенностей окружающих людей; развития и коррекция коммуникативных личностных особенностей студентов; развитие способности критического восприятия и оценки различных источников информации, приемов ведения дискуссии, полемики и диалога; развитие навыков урегулирования конфликтных ситуаций; овладение культурой деловой этики, умением логически формулировать свое видение причин возникновения конфликтных ситуаций, моделировать, анализировать и оценивать способы их решения.

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

Содержание дисциплины:

1. Конфликтология: предмет, цели, значение в обществе.
2. Возникновение и развитие конфликтологических идей.
3. Общая теория конфликта.
4. Виды конфликтов и их характеристика.
5. Основы предупреждения и регулирования конфликтов.
6. Формы реагирования на конфликт.
7. Психологический портрет конфликтной личности.
8. Специфика переговоров и медиаторства в разрешении конфликтов.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (9 ч.), практические (27 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью»

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: «Введение в специальность», «История рекламы и связей с общественностью», «Информационная культура личности», «Теория и практика рекламы», «Социология рекламы».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Компьютерные технологии в проектировании наружной рекламы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления о многогранности деятельности в сфере связей с общественностью, соединить полученные теоретические знания с практикой работы структур по СО.

Задача дисциплины – вникнуть в суть и овладеть технологиями установления прямой и обратной связи с целевыми аудиториями, органами государственной власти и СМИ; обучить основам исследования и управления общественным мнением.

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

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2);

профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-13, ПК-15) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Отдел рекламы и связей с общественностью как одна из структур предприятия.
2. Функционирование отдела рекламы и СО.
3. Управление персоналом в отделе рекламы и СО.
4. Управление проектами в сфере рекламы и СО.
5. Работа с внутренней и внешней аудиторией как задача отделов рекламы и СО.
6. Взаимодействие отдела рекламы и связей с общественностью с рекламным агентством.

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

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
«Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

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: «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Теория и практика рекламы», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Современный рынок услуг в области PR-деятельности и рекламы».

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

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование теоретических знаний и практических навыков проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа; изучение студентами основных концепций, подходов и ключевых проблем современных маркетинговых исследований и ситуационного анализа; выработка базовых навыков принятия и реализации управленческих решений в сфере организации и проведения маркетинговых исследований.

Задачи дисциплины – приобретение знаний о маркетинговых исследованиях как одной из разновидностей системного анализа и возможности использования их в области рекламы и связей с общественностью; получение необходимых знаний по анализу внутренней и внешней среды компании, сбору и обработке маркетинговой информации, структурированию задач в области рекламы и связей с общественностью, овладение практическими навыками по сбору и обработке информации, использованию современных средств обработки и представления информации.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4);

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

Содержание дисциплины:

1. Система маркетинговых исследований.
2. Маркетинговая информация. Организация работы с поставщиками маркетинговой информации.
3. Структура и процесс маркетинговых исследований. Опрос как метод сбора первичной маркетинговой информации.
4. Качественные маркетинговые исследования.
5. Определение емкости рынка и его сегментов. Исследование конъюнктуры рынка.
6. Исследование поведения потребителей.
7. Прогнозные исследования рынка.
8. Конкурентный анализ: понятие, задачи, методы.
9. SWOT –анализ.
10. Определение конкурентных преимуществ предприятия.
11. Бенчмаркинг: понятие, виды, методы.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (26 ч.), практические (26 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (56 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 возрастания 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:

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

2. Источники информации о рынке рекламы и PR-услуг.

3. Структура отечественного рынка рекламы и PR-услуг.

4. Динамика развития отечественного рынка рекламы и PR-услуг.

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

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

7. 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 учебной дисциплины «Современные PR-технологии»

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 рекламы и связей с общественностью», «Введение в специальность», «Мифология в рекламе и PR».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Современный рынок услуг в области PR-деятельности и рекламы», «Медиа-технологии в рекламе и PR», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Технологии PR в сфере политики».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов практических навыков работы в области связей с общественностью с применением современных технологий.

Задачи дисциплины – знакомство с методикой и практикой работы с основными группами общественности и использованием различных инструментов коммуникации; овладение навыками практической работы в области связей с общественностью, изучение документальных источников, проведения брифингов, пресс-конференций, выступлений в печати

и проведения компаний в средствах массовой информации, использование специальных форм связей с общественностью; изучение инструментов внутреннего и внешнего PR.

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

Содержание дисциплины:

1. Связи с общественностью (PR) как отрасль научного знания и сфера профессиональной деятельности.

2. PR-технологии как особый вид социально-коммуникативной технологии.

3. Виды PR-технологий.

4. Технологии PR-кампаний и продвижения: практика и перспективы.

5. Современные PR технологии в бизнесе.

6. Методы и инструментарий современных PR- технологий

7. Организация специальных мероприятий.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 з.е., 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (42 ч.), практические (62 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (40 ч.).

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 типформирующий признак.
4. Мультимедийность в медиапродукте.
5. Кроссплатформенность как основа для конвергенции медиапродукта.
6. Этапы инкорпорации СМИ в социальные сети, основы SMM.
7. Он-лайн-тревелог 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** **«Правовое обеспечение рекламной деятельности»**

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: «История», «Философия», «Хозяйственное право», «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Современный рынок услуг в PR-деятельности», «Наружная реклама», а также для прохождения практики.

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – ознакомление студентов с целостным комплексом знаний о правовом обеспечении деятельности компаний осуществляющих рекламную деятельность, порядке государственно-правового регулирования рекламной деятельности, правовом статусе работника в компаниях, видах юридической ответственности за нарушение законодательства; привитие студентам навыков пользования нормативными правовыми актами.

Задачи дисциплины – раскрытие сущности и роли правового обеспечения рекламной деятельности; изучение системы источников права, в т.ч. положений действующего законодательства по обеспечению деятельности субъектов рекламной деятельности; изучение общих требований к рекламе, а также особенностей рекламы отдельных видов товаров и услуг; формирование у студентов представлений о возможных способах распространения рекламы; формирование у студентов практических умений при составлении договоров на оказание рекламных услуг; развитие и закрепление у студентов практических навыков работы с действующим законодательством в сфере рекламной деятельности; формирование знаний у студентов о порядке трудоустройства, заключении и прекращении трудовых договоров.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-7),

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-6) и

профессиональных компетенций (ПК-2, ПК-3, ПК-4) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Система источников права в сфере рекламной деятельности
2. Организационно-правовые основы рекламной деятельности
3. Понятие и виды рекламы и рекламной деятельности
4. Правовое регулирование отдельных способов распространения рекламы
5. Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров и услуг
6. Особенности договорных отношений в сфере рекламной деятельности

7. Порядок оформления трудовых отношений с работниками

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 занятия (17 ч.) и самостоятельная работа студента (38 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Сетевые средства массовой информации и коммуникации»

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: «Математика», «Социология массовых коммуникаций», «Социология рекламы», «Теория коммуникации», «Информационная культура личности», «Психология», «Основы маркетинга», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Рекламное видео», «Психология рекламной деятельности», «Имиджевые технологии», «Мифология в рекламе и PR».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Мировые коммуникационные процессы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления о сетевых СМИ и формирование у студентов представления о Интернет-СМИ как особой типологической структуре, которая находится в состоянии трансформации и участвует в развитии современного информационного рынка.

Задачи дисциплины – создать теоретическую и практическую базу для приобретения и дальнейшего закрепления навыков работы в сетевых СМИ; рассмотреть особенности типологии интернет-ресурсов; ознакомиться с типологией сетевых СМИ; освоить основные инструменты поиска информации; изучить основные принципы коммуникативного процесса сети интернет; выявить особенности языка интернета; изучить принципы создания текстов для сети; изучить основы создания веб-страниц и сайтов.

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. Новые медиа: к определению понятия.
2. Типология интернет-СМИ.
3. Блогосфера. Становление феномена.
4. Социальные сети: история, современные типы.
5. Веб-медиатекст. Факторы, определяющие специфику веб-медиатекста.
6. Тенденции и прогнозы развития медиасферы.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (9 ч.), практические (27 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины

«Рекламное видео»

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: «Теория и практика рекламы», «История изобразительного искусства», «Информатика и компьютерные технологии», «Основы тележурналистики».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Медиатехнологии в рекламе и PR».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – ознакомить студентов с принципами организации рекламной деятельности в контексте телевизионного эфира, сформировать у студентов знания и навыки по созданию рекламного видео.

Задачи дисциплины – сформировать навык создания рекламных видеороликов для размещения в СМИ, подготовить рекламные материалы для размещения на телевизионных каналах и Интернете.

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, ПК-12) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Телевидение как приоритетный вид рекламы.
2. Развитие телевизионной рекламы.
3. Рекламный ролик как искусство, ремесло и бизнес.
4. Особенности восприятия рекламного видео.
5. Правила создания рекламного видео. Хронометраж рекламного ролика.
6. Драматургия видео.
7. Монтаж рекламного видеоролика. Основные принципы.
8. Виды монтажа и создание образа в рекламе.
9. Роль цветового и светового решения в рекламном видео.
10. Ролик как инструмент маркетинга.
11. Жанры рекламных роликов.
12. Промо-ролик.
13. Вирусное видео и реклама.
14. Этапы и особенности создания рекламного ролика.
15. Факторы эффективности телевизионной видеорекламы.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (46 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (44 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Наружная реклама»

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: «Теория и практика рекламы», «Проектирование рекламного продукта», «Информатика и компьютерные технологии», «История изобразительного искусства», «Правовое обеспечение рекламной деятельности».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Компьютерные технологии в проектировании наружной рекламы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – ознакомление студентов с теоретическими и практическими методами рекламной деятельности в направлении наружной рекламы.

Задачи дисциплины – изучение сферы наружной рекламы и особенностей работы в этой сфере. Профессиональной деятельности; изучение форм, методов, средств рекламы на наружных носителях и конструкциях и опыта мирового и отечественного рынка; использование полученных знаний для оценки результативности рекламных кампаний, выявления резервов повышения эффективности рекламной деятельности в целом и в наружной рекламе, в частности.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3);

профессиональных компетенций (ПК-8, ПК-13, ПК-15) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Этапы развития наружной рекламы.
2. Современный рынок наружной рекламы.
3. Технология производства наружной рекламы.
4. Законодательное регулирование наружной рекламы.
5. Креатив в наружной рекламе.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ч.), практические (46 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (44 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Проектирование рекламного продукта»

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: «Теория коммуникации», «Теория и практика рекламы».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Наружная реклама», «Компьютерные технологии в проектировании наружной рекламы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – качественная профессиональная подготовка специалиста, владеющего необходимыми знаниями в области технологий рекламы и дизайна, креативно мыслящего, способного осуществлять практическую деятельность в сфере рекламного производства.

Задача дисциплины – изучение существующих направлений в рекламе и технологических процессов рекламного производства, развитие творческого мышления и прогрессивного мировоззрения в области современного дизайна, освоение методов и принципов проектирования основных видов рекламной продукции, развитие профессиональных навыков моделирования и макетирования с использованием возможностей новейших электронных технологий.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7);
общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3);
профессиональных компетенций (ПК-8, ПК-13, ПК-14, ПК-15) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Классификация рекламы: функции, цели и виды.
2. История развития рекламы.
3. Психологическое воздействие рекламы.
4. Имидж и образ в рекламе. Создание бренда. Фирменный стиль.
5. Способы воздействия рекламных средств. Законы гармоничной композиции.
6. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.
7. Печатная реклама и ее элементы.
8. Модульные сетки.
9. Полиграфическое воспроизведение цветных изображений.
10. Дизайн и печать упаковки и этикетки.
11. Оформление выставок и презентаций.
12. Особенности дизайна наружной рекламы.
13. Материалы, применяемые в наружной рекламе.
14. Световая реклама.
15. Реклама в Интернете.

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

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
«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 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** **«Мировые коммуникационные процессы»**

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 менеджмента.

Основывается на базе дисциплин: «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Политология», «Теория коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Международные отношения», «Экономика», «Основы маркетинга», «Основы конфликтологии», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Современный рынок услуг в области PR-деятельности и рекламы», «Психология рекламной деятельности», «Имиджевые технологии», «Культура и идеология в XXI в.».

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

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов основ мировых коммуникационных процессов, целостного представления об основных проблемах, видах и формах мировой коммуникации и воспитание осознания родной культуры и других культур.

Задачи дисциплины – сформировать определенный уровень компетентности в вопросах понятийно-категориального аппарата, истории научного осмысления вопроса, дать представление об основных этапах развития мировых коммуникационных процессов и факторов, оказывавших на них влияние в различные исторические периоды; ознакомить студентов с основными проблемами межкультурных взаимодействий в современных условиях глобализации и определить перспективы их дальнейшего развития.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-2, ОК-3, ОК-6, ОК-7),
обще профессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5) и
профессиональных компетенций (ПК-6, ПК-7, ПК-9, ПК-10, ПК-12, ПК-13, ПК-15)
выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Международные коммуникации как объект исследования.
2. Международные коммуникативные потоки.
3. Теория межкультурной коммуникации и переговоров.
4. Межкультурные взаимодействия в сфере СМИ.
5. Вербальные и невербальные каналы коммуникации в межкультурном общении.

6. Стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации.

7. Межкультурная коммуникация и межкультурный конфликт.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены лекционные (9 ч.), практические (27 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Маркетинговые коммуникации в рекламной и PR-деятельности»**

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 менеджмента.

Основывается на базе дисциплин: «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Политология», «Теория коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Международные отношения», «Экономика», «Основы маркетинга», «Основы конфликтологии», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Современный рынок услуг в области PR-деятельности и рекламы», «Психология рекламной деятельности», «Имиджевые технологии», «Культура и идеология в XXI в.».

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

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – изучение базовых способов и методов применения маркетинговых коммуникаций в сфере рекламы и PR-технологий, овладение основами планирования, анализа и контроля мер по стимулированию сбыта культурной продукции, связям с общественностью, рекламной деятельности, предоставление знаний о путях повышения эффективности форм и методов коммуникаций с основными целевыми аудиториями организаций культуры.

Задачи дисциплины – научить анализировать социальные проблемы и процессы; владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владеть основными способами, методами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией; осуществлять деловое общение, публичное выступление, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации; научить анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций; использовать в практической деятельности организации информацию, полученной в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга; участвовать в разработке маркетинговой стратегии организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленную на ее реализацию; анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры; находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций, направлений деятельности, продуктов; оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; дать знания экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и уметь проводить анализ конкурентной среды отрасли; анализировать поведение потребителей услуг организаций сферы культуры и формирование спроса.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-2, ОК-3, ОК-6, ОК-7),

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5) и

профессиональных компетенций (ПК-6, ПК-7, ПК-9, ПК-10, ПК-12, ПК-13, ПК-15) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Теоретические аспекты коммуникационного процесса.
2. Понятие и содержание коммуникативной деятельности предприятия.
3. Маркетинговые коммуникации.
4. Событийный маркетинг.
5. Маркетинг отношений (CRM –маркетинг).
6. Спонсорство.
7. Прямой маркетинг.
8. Разработка коммуникационной стратегии.
9. Общественность в сфере PR и общественное мнение.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (9 ч.), практические (27 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Психология рекламной 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 «Имиджевые технологии»

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 имиджологии 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. Мифотворчество в имиджологии.
4. Инструментарий имиджологии.
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.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Фандрайзинг в сфере рекламы»

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: «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 – ознакомить студентов с принципами работы с фондами и грантодающими организациями; научить основам планирования и реализации исследовательских проектов; освоить принципы поиска и сбора средств на проведение научных исследований.

Задачи дисциплины – рассмотреть основные виды фандрайзинговой деятельности; представить основные направления грантовой поддержки, осуществляемые международными и национальными фондами и программами; обучить основам работы с международными и отечественными грантодающими организациями; познакомить с основными этапами разработки и выполнения научных проектов.

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. Введение в основы фандрайзинга. Основные принципы фандрайзинговой деятельности.

2. Фандрайзинг и формы финансовой поддержки.

3. Гранты и виды грантовой поддержки.

4. Виды финансовой поддержки: зарубежная практика.

5. Фонды и грантодающие организации.

6. Разработка и реализация проекта: этапы, основное содержание, результаты.

7. Проект и проектная деятельность.

8. Составление заявки.

9. Внутренний мониторинг при подготовке заявки.

10. Сопроводительные документы.

11. Бюджет проекта.

12. Экспертиза конкурсной документации.

13. Отчетность по проекту.

14. Правовые аспекты фандрайзинга.

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.).

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»**

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 – изучение основ делопроизводства, ознакомление студентов с необходимой терминологией, законодательными, правовыми актами, нормативными документами и методическими разработками по вопросам документационного обеспечения управления, формирование у студентов умения и навыков работы с документацией.

Задачи дисциплины – формирование представления о документировании управленческой деятельности и технологиях работы с документами; ознакомление с документоведческой терминологией; освоение правил составления и оформления документов.

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. Предмет, содержание и задачи курса. Документоведение как научная дисциплина. Источники документоведения. Делопроизводство, его законодательное и нормативно-методическое регулирование.

2. Документы.

3. Способы и средства документирования.

4. Подлинные и подложные документы. Фальсификация документов и способы защиты.

5. Общие правила оформления документов.

6. Виды документов. Особенности составления и оформления отдельных видов документов.

7. Язык служебных документов.

8. Организация работы с документами.

9. Хранение документов.

10. Автоматизация документационного обеспечения управления.

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 «Культура речи»

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: «Украинский язык (по профессиональному направлению)», «Введение в специальность», «Русский язык (по профессиональному направлению)», «Информационная культура личности».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Копирайтинг», «Стилистика и литературное редактирование», «Спичрайтинг».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – повышение общего речевого уровня студентов; улучшение орфоэпической, грамматической осведомленности студентов; ознакомление с особенностями речевого этикета, практического применения его в сфере частной и профессиональной деятельности; ознакомление с правилами проведения специфических производственных мероприятий.

Задачи дисциплины – выяснение и усвоение основных понятий и категорий культуры речи, понятия языковой нормы, характеристики языковых норм, овладение системой языковых норм современного русского литературного языка; выработка умений и навыков пользования нормированными языковыми средствами и нормативно-справочной базой русского языка, подъема культуры профессиональной, деловой, бытовой речи, формирование умений самостоятельно приобретать знания.

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

Содержание дисциплины:

1. Введение в курс «Культура речи». Понятие о русском языке и культуре речи.

2. Нормы литературного языка.

3. Две формы речи: устная и письменная. Жанры речи.

4. Орфоэпические нормы.

5. Словообразовательные нормы.

6. Лексико-фразеологические нормы.
7. Морфологические нормы.
8. Синтаксические нормы.
9. Основные единицы общения: речевое взаимодействие, речевое событие, речевая ситуация. Культура общения.
10. Особенности публичной речи. Оратор и его аудитория. Подготовка публичного выступления.

Виды контроля по дисциплине: текущий контроль, промежуточная аттестация (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

«Хозяйственное право»

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 менеджмента.

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

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Современный рынок услуг в области PR-деятельности и рекламы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – ознакомление студентов с целостным комплексом знаний о правовом регулировании отношений в сфере хозяйствования, понятии хозяйственной деятельности, ее государственном регулировании, правовом статусе и видах субъектов хозяйствования и их юридической ответственности за нарушение законодательства; привитие студентам навыков пользования нормативными правовыми актами.

Задачи дисциплины – раскрытие сущности, оснований и социальной необходимости правового регулирования хозяйственных отношений; изучение системы источников права, в т.ч. положений действующего законодательства по урегулированию хозяйственно-производственных, организационно-хозяйственных отношений в сфере хозяйствования; изучение порядка государственной регистрации и деятельности субъектов хозяйствования, а также их реорганизации и прекращения деятельности; формирование у студентов представлений об имущественной основе хозяйствования как основе осуществления хозяйственной деятельности; формирование у студентов практических умений при составлении хозяйственных договоров; развитие и закрепление у студентов практических навыков работы с действующим законодательством в сфере хозяйствования; формирование навыков у студентов по правовой работе на предприятии по составлению устава предприятия, положений, договоров; развитие у студентов активной гражданской позиции в реализации конституционного права на занятие предпринимательской деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-7),
общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-6) и
профессиональных компетенций (ПК-2, ПК-3, ПК-4) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Место хозяйственного права в системе права.
2. Система источников права.
3. Понятие и виды хозяйственной деятельности.

4. Особенности государственно-правового регулирования хозяйственной деятельности.
5. Правовой статус субъектов хозяйствования.
6. Правовые основы имущественных отношений в сфере хозяйствования.
7. Договорное право в сфере хозяйствования.
8. Организация правовой работы на предприятии.
9. Ответственность за правонарушения в сфере хозяйствования.

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 занятия (18 ч.) и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Основы тележурналистики»**

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: «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Рекламное видео», «Медиа технологии в рекламе и PR».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – курс призван ознакомить студентов с научными и практическими основами функционирования телевизионных технологий – с углубленным изложением некоторых аспектов смежных дисциплин.

Задача дисциплины – сформировать представление о телевизионном творчестве, его составляющих, особенностях; способствовать студентам испытать себя в роли редактора, сценариста, интервьюера, комментатора, репортера; способствовать возможности создания собственного телевизионного продукта (сюжета, программы).

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-2, ОК-3);

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4);

профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-5, ПК-12) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Предмет и задачи курса, его структура, профессиональная направленность.
2. Телевизионная работа – творчество и техника.
3. Государственное телевидение.
4. Экономика телевидения.
5. Коммерческое телевидение.
6. Рейтинги и методики медиаметрии.
7. Журналистские профессии на телевидении.
8. Жанры информационной публицистики.
9. Жанры телевизионной журналистики
10. Комментарий и обозрение как жанры аналитической публицистики.
11. Ток-шоу как жанр.
12. Инфотейнмент как особая форма подачи материала
13. Культура телевизионной речи. Основные понятия и объекты изучения.
14. Образ творческого мышления, поэтапность телепроцесса.
15. Взглядоформирующая функция телевидения. Приемы телевизионного воздействия и манипулирования.
16. Работа с телевизионным текстом. Законы редактирования.

17. Работа в прямом эфире.

18. Массовая коммуникация как объект научного анализа.

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 (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Креативные индустрии»

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: «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Рекламное видео», «Медиа-технологии в рекламе и PR».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – изучение креативных индустрий, как одного из векторов развития национальной экономики и повышение эффективности управления организационными структурами на основе правильного использования PR-специалистами различных уровней принципов и инструментов по созданию целостной системы управления организацией.

Задачи дисциплины – изучение терминологической базы креативных индустрий; обоснование роли креативных индустрий, как одного из векторов развития государства; изучение мирового опыта по развитию креативных индустрий; изучение видов креативных индустрий; изучение законодательства в сфере креативного бизнеса.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-2, ОК-3);

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4);

профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-5, ПК-12) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Многообразие креативных индустрий.
2. Туристическая индустрия.
3. Гостиничная индустрия.
4. Организация туризма в сфере клубного отдыха.
5. Система механизмов менеджмента в креативном секторе.
6. Особенности менеджмента в креативном секторе.

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 (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины «Информационная культура личности»

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: «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Социология», «Культура речи», «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Медиа технологии в рекламе и PR».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – дать студентам представление о формировании современного понимания, осознания сущности, состава, структуры и роли информационной культуры, как в обществе, так и в личной деятельности и жизни человека, приобретение навыков анализа общественных явлений с позиций информационной культуры.

Задачи дисциплины – систематическое изложение общетеоретических, организационных, методических и организационных проблем информационной культуры; формирование у студентов навыков самостоятельного анализа явлений социальной действительности.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-2, ОПК-5, ОПК-6);

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

Содержание дисциплины:

1. Информационная культура личности как объект научного анализа.
2. Контуры понятия информационной культуры.
3. Культура и цивилизация. Диалектика их роли в обществе.
4. Концепция устойчивого развития и сопутствующие информационные представления.
5. Культура и реклама в современном обществе.
6. Модели и метафоры в понимании информационной культуры личности.
7. Информационная культура в контексте глобальных тенденций развития инфосферы.
8. Информационная культура личности и социальные коммуникации.
9. Взаимодействие человека с культурой.

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 учебной дисциплины

«Интеллектуальная собственность и авторское право»

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: «Введение в специальность».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Социология», «Культура речи», «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Медиа технологии в рекламе и PR».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов общего представления о системе правовой охраны творческих произведений правом интеллектуальной собственности, овладение подходами к правовому регулированию отношений в области права интеллектуальной собственности, выработка навыков пользования нормативными актами, включая международные соглашения.

Задачи дисциплины – ознакомить студентов с основными принципами правовой охраны результатов творческой деятельности; сформировать правовое сознание в области права интеллектуальной собственности как подотрасли гражданского права; подготовить к

практическому использованию полученных правовых знаний при организации введения объектов интеллектуальной собственности в гражданский оборот в будущей профессиональной деятельности; научить принимать предусмотренные законодательством меры как по предотвращению нарушения прав интеллектуальной собственности, так и по восстановлению и защите этих прав.

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

Содержание дисциплины:

1. Интеллектуальная собственность и ее понятие. Значение интеллектуальной собственности в социально-культурной сфере.
2. Основные понятия права интеллектуальной собственности.
3. Распоряжение исключительными правами.
4. Авторское право.
5. Права, смежные с авторскими.
6. Патентное право.
7. Право на секрет производства (ноу-хау).
8. Права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий.
9. Защита нарушенных интеллектуальных прав авторов и правообладателей.

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 учебной дисциплины
«Связи с общественностью в кризисных ситуациях»

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: «Социология», «Теория коммуникации», «Психология», «Психология массовых коммуникаций», «Международные отношения», «Основы конфликтологии», «Современные PR-технологии».

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

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления о специфике PR-деятельности в связи с возникновением кризисных ситуаций.

Задачи дисциплины – сформировать представление о кризисах, их положительных и отрицательных функциях, о приемах и техниках организации связи с общественностью в период различных кризисных явлений.

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

Содержание дисциплины:

1. Понятие о кризисе и его функциях.
2. Виды кризисов и их характеристика.

3. Закономерности восприятия и оценки ситуации как кризисной.
4. Средства массовой коммуникации в кризисных ситуациях.
5. Моделирование и профилактика кризисных ситуаций.
6. Изучение эффектов воздействия массовой коммуникации в кризисных ситуациях.
7. Приемы и техники воздействия в кризисных ситуациях.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (9 ч.), практические (27 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **«Теория и практика связей с общественностью»**

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: «Социология», «Теория коммуникации», «Психология», «Психология массовых коммуникаций», «Международные отношения», «Основы конфликтологии», «Современные PR-технологии».

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

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – освоение студентами теоретических и методологических основ связей с общественностью в сфере социально-культурной деятельности; развитие навыков работы в сфере культуры и искусства.

Задачи дисциплины – ознакомление студентов с существующими понятиями, категориями и процессами публичных рилейшнз; освоение и осмысление студентами знаний и представлений о роли PR в обеспечении эффективного функционирования социально-культурной сферы, отдельных организаций культуры и искусства; приобретение студентами компетенций и навыков для создания PR-продукта в социально-культурной сфере; знакомство студентов с отечественным и зарубежным опытом организации PR-деятельности в учреждениях культуры и искусства.

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. Организация и планирование связей с общественностью (PR).
2. Роль PR в формировании корпоративного имиджа.
2. Основные PR-документы: сущность и особенности.
3. PR -мероприятия: сущность и особенности организации.
4. Антикризисный PR.
5. Стратегия медиа-планирования.
6. Особенности организации деятельности по PR в социально-культурной сфере.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (9 ч.), практические (27 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 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 «Технология создания презентаций»

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

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Информатика и компьютерные технологии».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Медиатехнологии в рекламе и PR », «Компьютерные технологии в проектировании наружной рекламы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – сформировать у студентов систему знаний, умений и навыков в области использования компьютерных презентационных технологий в профессиональной деятельности; усвоить основные методы создания презентаций в рекламе и PR.

Задачи дисциплины – сформировать представление о средствах, используемых для обработки различного вида информации в компьютере и их использование в профессиональной деятельности. Способствовать развитию информационно-коммуникационной компетентности.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-5, ОК-6, ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6);

профессиональных компетенций (ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-16) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Теоретические основы компьютерных презентационных технологий.
2. История презентации как способа представления информации.
3. Обработка различных видов информации в компьютере.
4. Информационное обеспечение презентации.
5. Правила создания эффективной презентации.
6. Разработка и создание презентаций.
7. Создание типовой презентации. Форматирование слайдов и презентаций.
8. Сетевые формы создания презентационных материалов и проведения презентаций.
9. Создание мультимедийной презентации на заданную тему.

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.), семинарские (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Культура и идеология в XXI в.»

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

Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Философия», «Политология», «Теория коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Международные отношения», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Мифология в рекламе и PR».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Мировые коммуникационные процессы».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – комплексное раскрытие теоретико-методологических проблем, связанных с изучением современной культуры и политических идеологий; формирование на основе изучения дисциплины навыков самостоятельного теоретико-концептуального осмысления культурных и идеологических процессов в современном обществе.

Задачи дисциплины – раскрыть роль и значение идеологии как феномена культуры, как способа социально-группового мышления в формировании ценностных установок личности и

групп общества; понять специфику «постклассических» идеологических течений в сравнении с классическими идеологиями; изучить особенности современного идеологического процесса в условиях глобализации и развития информационных технологий.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-2, ОК-6, ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2);

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

Содержание дисциплины:

1. Культура, мировоззрение, идеология.

2. Основные идеологии XXI в. Неолиберализм.

3. Неоконсерватизм. Сближение позиций неолиберализма и неоконсерватизма.

4. Неомарксизм и современная социал-демократия.

5. Коммунитаризм.

6. Современные радикальные идеологии.

7. Антиглобализм и экологизм.

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 (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Логика»

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 учебной дисциплины
«Компьютерные технологии в проектировании наружной рекламы»

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: «Теория и практика рекламы», «Проектирование рекламного продукта», «Наружная реклама», «Информатика и компьютерные технологии», «История изобразительного искусства», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Технология создания презентаций».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Производственная практика», «Преддипломная практика».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – раскрыть необходимость использования информационных технологий в производстве рекламы; изучить возможности компьютерной графики для разработки продуктов наружной рекламы, в частности редактора CorelDraw и программы AdobePhotoshop.

Задача дисциплины – изучение компьютерных технологий при дизайне наружной рекламы и особенностей работы в данной сфере; ознакомление с работой над дизайном наружной рекламы в программе CorelDraw; ознакомление с работой в программе AdobePhotoshop.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3);

профессиональных компетенций (ПК-8, ПК-13, ПК-15) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Современные технология производства рекламной продукции.
2. Возможности компьютерной графики при производстве наружной рекламы.
3. Особенности разработки элементов наружной рекламы в пакетах CorelDraw.
4. Состав изображений. Графические объекты и линии в CorelDraw.
5. Упорядочение объекта, цветовые палитры и модели цвета.
6. Другие инструменты программы CorelDraw (способы преобразования объекта).
7. Особенности разработки элементов наружной рекламы с помощью графического редактора AdobePhotoshop.
8. Создание креативной наружной рекламы с помощью графического редактора AdobePhotoshop.
9. Растровая графика в AdobePhotoshop для дизайна уличной 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 (26 ч.), практические (26 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (56 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Технологии PR в сфере политики»

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: «Мировые коммуникационные процессы», «Политология», «Теория коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Современные PR-технологии», «Имиджевые технологии», «Спичрайтинг».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Связи с общественностью в кризисных ситуациях».

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – освоение основных приемов организации PR- коммуникаций в политическом пространстве, обучение технологиям по формированию политического имиджа.

Задачи дисциплины– выработать у обучающихся представление о PR-технологиях, как системе целенаправленных, последовательных и заведомо эффективных средств, приемов и способов достижения необходимого результата в практической политической деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК-1, ОК-2, ОК-5, ОК-6, ОК-7);

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6);

профессиональных компетенций (ПК-3, ПК-5, ПК-7, ПК-11, ПК-13, ПК-16) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Задачи, предмет, субъекты, объекты и коммуникативные каналы PR в политике.
2. Политические PR и реклама в прессе, на телевидении, в Интернет.
3. Основы агитационно-рекламной работы в политических кампаниях.
4. Публичные технологии агитационно-пропагандистской работы.
5. Менеджмент специальных событий в сфере политики.
6. Развитие мотивации и управление общественным мнением.
7. Пограничные и антиконституционные технологии: меры противодействия.

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 (18 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (36 ч.).

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Мифология 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 XXI 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 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 «Иностранный язык (второй)»

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 лингвистики и межкультурной коммуникации.

Основывается на базе дисциплин: «История культуры востока», «Философия», «Основы теории коммуникации», «Иностранный язык».

Является основой для осуществления коммуникации на китайском языке.

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – подготовка выпускника к профессиональной деятельности с использованием иностранного языка посредством формирования общекультурных компетенций.

Задачи дисциплины – сформировать чувство уважения традиций и ценностей культуры страны; расширить общий кругозор студентов, обогатить их сведениями о географии, культуре и быте страны изучаемого языка; совершенствовать навыки и умения практического владения иностранным языком.

Дисциплина нацелена на формирование

общекультурных компетенций (ОК – 5, ОК – 6, ОК – 7) выпускника.

Содержание дисциплины:

1. Приветствие. Знакомство.
2. Общение.
3. Больница.
4. Покупки.
5. Счет. Время. Даты.
6. Отдых. Развлечения. Хобби.
7. Средства связи.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 з.е., 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены практические (154 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (62 ч.).

4.3. Аннотации программ учебных и производственных практик

В соответствии с ГОС ВОпо направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью практики (учебная, производственная, преддипломная) являются обязательными и представляют собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

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 ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. 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 профессиональных 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 решении 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 столов, 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:

1. Характеристика деятельности предприятия в соответствии с общими задачами преддипломной практики.

2. Знакомство с содержанием работы предприятия прохождения практики.

3. Участие в конкретных производственных процессах и исследованиях.

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

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

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

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

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