



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

Школа искусств и гуманитарных наук

Департамент Коммуникаций и медиа



УТВЕРЖДАЮ
Директор Школы

искусств и гуманитарных наук

Ф.Е. Ажимов

«26» декабря 2019г.

**Сборник
аннотаций рабочих программ дисциплин**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа прикладного бакалавриата

Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *4 года*

Владивосток
2019

Оглавление

Аннотации дисциплин Блока 1. Дисциплины Обязательная часть	6
Аннотация дисциплины «Иностранный язык»	6
Аннотация дисциплины «Английский язык для профессиональных целей» ...	9
Аннотация дисциплины «Философия»	12
Аннотация дисциплины «Современный русский язык»	15
Аннотация дисциплины «Медиаэкономика»	17
Аннотация дисциплины «История»	20
Аннотация дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»	23
Аннотация к рабочей программе дисциплины «Физическая культура»	25
Общегуманитарный модуль	28
Аннотация дисциплины «Риторика и академическое письмо»	28
Аннотация дисциплины «Психология»	31
Аннотация дисциплины «Логика и критическое мышление»	34
Аннотация дисциплины «Педагогика и образовательные технологии»	37
Аннотация дисциплины «Экономическое и правовое мышление»	40
Аннотация дисциплины «Digital Humanities»	42
Аннотация дисциплины «Культурные коды современности»	44
Аннотация дисциплины «Классические языки и научный дискурс»	46
Аннотация дисциплины «Социальные и политические системы»	49
Аннотация дисциплины «Основы проектной деятельности»	51
Аннотация дисциплины «Теория и практика рекламы»	53
Аннотация дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» ...	57
Аннотация дисциплины «Политические аспекты коммуникационной деятельности»	61
Аннотация дисциплины «Социальные аспекты рекламной деятельности» ...	66
Аннотация дисциплины «Основы теории коммуникации»	70
Проектная деятельность	74
Аннотация дисциплины «Разработка и технологии производства рекламного продукта»	74

Аннотация дисциплины «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью»	79
Аннотация дисциплины «Теоретические аспекты интернет-маркетинга».....	84
Аннотация дисциплины «Теоретические основы сценарного мастерства» ...	88
Аннотация дисциплины «Медиаправо»	91
Аннотация дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации»	94
Аннотация дисциплины «Сторителлинг в интегрированных коммуникациях»	98
Аннотация дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»	102
Аннотация дисциплины «Коммуникационные технологии позиционирования».....	105
Аннотация дисциплины «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях»	109
Аннотация дисциплины «Введение в коммуникационные специальности»	114
Аннотация дисциплины «Инфографика и техника визуализации рекламного текста»	117
Аннотация дисциплины «Современный медиатекст»	119
Аннотация дисциплины «Социология журналистики и массовых коммуникаций»	122
Аннотация дисциплины «Лингвистическая безопасность медиакоммуникаций»	124
Аннотации дисциплин Блока 1 Дисциплины (модули) по выбору Современные направления и проблематика гуманитарных наук	127
Аннотация дисциплины «Психология общения и социального взаимодействия».....	127
Аннотация дисциплины «Управление конфликтами в организациях».....	130
Аннотация дисциплины «Историческая антропология»	132
Аннотация дисциплины «Психология творчества и интеллекта»	134
Аннотация дисциплины «Медиация как способ урегулирования конфликтов»	137
Аннотация дисциплины «История Дальнего Востока России»	139

Аннотация дисциплины «Психология стресса»	142
Аннотация дисциплины «Конфликты в мультикультурной среде»	145
Аннотация дисциплины «История стран Дальнего Востока (Япония, Китай, Корея)»	148
Аннотация дисциплины «Психологические методы управления групповыми процессами и оценки персонала»	150
Аннотация дисциплины «Социальные конфликты в современной России»	153
Аннотация дисциплины «Социокультурная антропология стран АТР».....	155
Аннотация дисциплины «Профилактика семейных конфликтов»	157
Аннотация дисциплины «Этнокультурная история Дальнего Востока России»	159
Аннотация дисциплины «Межличностные конфликты».....	161
Аннотация дисциплины «Современное визуальное и пространственное искусство»	163
Аннотация дисциплины «Коренные народы в АТР: кейс Японии»	165
Аннотация дисциплины «Искусство стран АТР».....	167
Аннотация дисциплины «Общий курс цветоведения и колористики»	169
Аннотация дисциплины «Основы 3D моделирования».....	171
Аннотация дисциплины «Современное визуальное и пространственное искусство»	173
Аннотация дисциплины «Теория и практика композиции визуальных систем»	176
Аннотация дисциплины «Цифровая фотография»	178
Часть, формируемая участниками образовательных отношений	180
Аннотация дисциплины «Мультимедийные технологии в создании рекламного продукта»	180
Аннотация дисциплины «Брендинг»	182
Аннотация дисциплины «Этическое регулирование деятельности в отрасли»	185
Аннотация дисциплины «Современные полиграфические технологии в рекламном процессе»	189
Аннотация дисциплины «Event коммуникации».....	193

Аннотация дисциплины «Современная пресс-служба».....	196
Аннотация дисциплины «Профессиональные коммуникации в сети Интернет».....	200
Аннотация дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту»	204
Аннотация дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью»	206
Аннотация дисциплины «Стратегический Интернет-маркетинг».....	209
Аннотация дисциплины «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью»	213
Аннотация дисциплины «Психология рекламной и PR-деятельности»	216
Аннотация дисциплины «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью»	220
Аннотация дисциплины «Редакционно-издательская обработка рекламного текста»	224
Дисциплины (модули) по выбору.....	228
Аннотация дисциплины «PR-технология привлечения инвестиций».....	228
Аннотация дисциплины «Краудфандинг в рекламе и связях с общественностью»	231
Аннотация дисциплины «Модели поведения потребителей».....	233
Аннотация дисциплины «Защита интеллектуальной собственности в сети Интернет».....	237
Аннотация дисциплины «Основы операторского мастерства»	240
Аннотация дисциплины «Компьютерная обработка аудио- и видеорекламы»	242
Аннотация дисциплины «Внутренние коммуникации в организации».....	244
Аннотация дисциплины «Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью»	247
Аннотация дисциплины «Коммуникационный менеджмент»	250
Аннотация дисциплины «Репутационный менеджмент»	253
Аннотации дисциплин Блока ФТД. Факультативные дисциплины части, формируемой участниками образовательных отношений.....	255
Аннотация дисциплины "Студенческая рекламная лаборатория".....	255
Аннотация дисциплины "Научная деятельность в рекламе и пиар"	257

Аннотации дисциплин Блока 1.Дисциплины Обязательная часть

Аннотация дисциплины «Иностранный язык»

Дисциплина «Иностранный язык» предназначена для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Дисциплина входит в обязательную часть учебного плана. Трудоемкость составляет 8 зачетных единицы и 288 академических часа. Обучение осуществляется на 1 курсе в 1-2 семестрах программы бакалавриата. Формы промежуточной аттестации: зачет и экзамен.

Дисциплина «Иностранный язык» логически и содержательно связана с таким курсами, как «Риторика и академическое письмо», «История», «Философия» и др.

Содержание дисциплины охватывает ряд социально-бытовых тем, направленных на изучение иностранного языка для общих целей (General English).

Целью курса является формирование коммуникативной компетенции и ее применение в ситуациях повседневного общения с представителями других культур.

Задачи освоения дисциплины:

- систематизация имеющихся знаний, умений и навыков по всем видам речевой деятельности;
- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования;
- формирование средствами иностранного языка межкультурной компетенции как важного условия межличностного, межнационального и международного общения;
- формирование учебно-познавательной мотивации и совершенствование умений самообразовательной деятельности по иностранному языку.

Для успешного изучения дисциплины «Иностранный язык» у обучающихся должны быть сформированы иноязычные компетенции уровня общего среднего образования (школы):

- умение ориентироваться в письменном и аудиотексте на английском языке;
- способность обобщать информацию, выделять ее из различных источников;
- способность поддержать разговор на иностранном языке в рамках изученных тем.

В результате изучения дисциплины «Иностранный язык» у обучающихся формируется следующая универсальная компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-4 способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знает	4000 лексических единиц из них 1200 продуктивно в рамках изученных тем, включающих сферы и ситуации общения повседневно-бытового и социально-культурного характера; универсальные грамматические категории и явления; способы словообразования в английском языке: конверсия, аббревиатура; структурные типы простого и сложного предложения; специфику артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в английском языке; лексику в рамках изученных тем, необходимую для осуществления межличностного и межкультурного взаимодействия; базовые нормы грамматики английского языка, позволяющие осуществлять успешную межличностную коммуникацию.
	Умеет	сделать устное высказывание на заданную тему; поддержать диалог с помощью вопросов; реагировать на высказывание собеседника, используя разнообразные языковые стратегии; написать личное и деловое письмо, отражающее определенное коммуникативное намерение.

	Владеет	навыками формулирования различных типов предложений, в том числе вопросительных предложений; навыками употребления формул речевого этикета в зависимости от социально-культурного контекста общения; языковыми стратегиями, необходимыми для осуществления успешной коммуникации.
--	---------	---

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Иностранный язык» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: круглый стол, ролевая игра, метод проектов, работа в паре, командная форма работы.

Аннотация дисциплины «Английский язык для профессиональных целей»

Дисциплина «Английский язык для профессиональных целей» является одним из интегрированных элементов учебного процесса подготовки бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина входит в обязательную часть учебного плана. Трудоемкость составляет 7 зачетных единицы и 252 академических часа. Обучение осуществляется на 2 курсе в 3-4 семестрах программы бакалавриата. Формы промежуточной аттестации: зачет и зачет с оценкой.

Дисциплина «Английский язык для профессиональных целей» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Риторика и академическое письмо», «История», «Философия» и др.

Цель курса – формирование у студентов уровня коммуникативной компетенции, обеспечивающего использование иностранного языка в практических целях в рамках обще-коммуникативной и профессионально-направленной деятельности, а также освоение методов формирования и развития способности и готовности к коммуникации в устной и письменной формах на английском языке для решения задач профессиональной деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- формирование иноязычного терминологического аппарата магистрантов (академическая и профессиональная среда);
- развитие умений работы с аутентичными профессионально ориентированными текстами;
- развитие умений устной и письменной речи в ситуациях межкультурного профессионального общения;
- формирование представления о коммуникативном поведении в различных ситуациях общения;

- формирование у обучающихся системы понятий и реалий, связанных с использованием иностранного языка в профессиональной деятельности;
- формирование и развитие способности толерантно воспринимать социальные, этнические и культурные различия;
- воспитание профессионализма, нравственности, морали, толерантности;
- понимание места и роли области деятельности выпускника в востоковедной отрасли;
- способность работы с разноплановыми источниками; способность к эффективному поиску информации и критике источников;
- формирование профессиональных компетенций магистра востоковедения и африканистики, связанных с применением знания иностранного (английского) языка;
- формирование у студентов способности применять полученные знания и навыки в сфере профессиональной деятельности, для решения практических и исследовательских задач в области теории и практики востоковедной науки.

Для успешного изучения дисциплины «Английский язык для профессиональных целей» у обучающихся должны быть сформированы следующие **предварительные компетенции**:

- умение ориентироваться в письменном и аудиотексте на английском языке;
- способность обобщать информацию, выделять ее из различных источников;
- способность поддержать разговор на иностранном языке в рамках изученных тем.

В результате изучения дисциплины «Английский язык для профессиональных целей» у обучающихся формируется следующая универсальная компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК- 4 способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знает	набор лексических единиц в рамках изученных тем, включающих сферы и ситуации профессионального общения и социально-культурного характера; универсальные грамматические категории и явления; способы словообразования в английском языке: конверсия, аббревиатура; структурные типы простого и сложного предложения.
	Умеет	употреблять изученную лексику в заданном контексте; распознавать тематику текста по заголовку, предисловию, шрифтовым выделениям, комментариям; понимать основное содержание аутентичного текста по знакомой тематике без словаря, при наличии 2-3% незнакомых слов; определять истинность/ложность информации в соответствии с содержанием текста; находить основную или нужную информацию; извлекать из аутентичного текста полную информацию со словарем; составлять тезисы, краткий или развернутый план прочитанного текста; передавать краткое содержание прочитанного (7-8 фраз); делать устное сообщение, доклад.
	Владеет	опытом распознавания различных типов простых и сложных предложений в соответствии с правилами английского языка; навыками формулирования различных типов простых и сложных предложений; навыками использования лексико-грамматических единиц; различными алгоритмами обработки информации на иностранном языке; стратегиями извлечения информации из письменного текста.

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Английский язык для профессиональных целей» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: ролевые игры, групповые дискуссии, информационно-аналитическое сообщение в группе, эссе.

Аннотация дисциплины «Философия»

Рабочая программа дисциплины «Философия» разработана для студентов по направлениям подготовки бакалавриата в соответствии с требованиями ФГОС и ОС ДВФУ.

Дисциплина «Философия» входит в обязательную часть дисциплин учебного плана, общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студента (27 час.), контроль (27 час.).

Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Философия» логически и содержательно связана с такими курсами, как «История», «Логика и критическое мышление».

Философия призвана способствовать созданию у студентов целостного системного представления о мире и месте в нём человека; стимулировать потребности к философским оценкам исторических событий и фактов действительности; расширять эрудицию будущих специалистов и обогащать их духовный мир; помогать формированию личной ответственности и самостоятельности; развивать интерес к фундаментальным знаниям.

Философия – особая культура творческого и критического мышления. Уникальность её положения среди других учебных дисциплин состоит в том, что она единственная, которая задается вопросом о месте человека в мире, методически научает обучающегося обращать внимание на сам процесс мышления и познания. В современном понимании философия – теория и практика рефлексивного мышления. Курс нацелен на реализацию современного статуса философии в культуре и в сфере научного познания как «науки рефлексивного мышления». Философия призвана способствовать формированию у студента критической самооценки своей и чужой мировоззренческой позиции, способности вступать в диалог и вести спор, понимать законы творческого мышления. Помимо этого, философия развивает коммуникативные компетенции и навыки междисциплинарного

видения проблемы, которые сегодня важны в любой профессиональной деятельности.

В ходе изучения курса у студента будет возможность вступить в грамотный диалог с великими мыслителями по поводу базовых философских проблем: что значит быть свободным; что есть красота; что в науке называют «истинным знанием»; чем человек по существу отличается от животного.

Цель – научить мыслить самостоятельно, критически оценивать потоки информации, творчески решать профессиональные задачи, владеть современными методами анализа научных фактов и явлений общественной жизни, уметь делать выводы и обобщения; освоить опыт критического мышления в истории философии.

Задачи:

овладеть культурой мышления, способностью в письменной и устной речи правильно и убедительно оформлять результаты мыслительной деятельности;

стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;

сформировать способность научно анализировать социально-значимые проблемы и процессы, умение использовать основные положения и методы гуманитарных, социальных и экономических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности;

приобретать новые знания, используя современные образовательные и информационные технологии;

вырабатывать способность использовать знание и понимание проблем человека в современном мире, ценностей мировой и российской культуры, развитие навыков межкультурного диалога;

воспитывать толерантное отношение расовым, национальным, религиозным различиям людей. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

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

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируется следующая универсальная компетенция (элементы компетенции).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-5 способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знает	историю развития основных направлений человеческой мысли.
	Умеет	владеть навыками участия в научных дискуссиях, выступать с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационных сетях) представления материалов собственного исследования.
	Владеет	культурой мышления; способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке целей и выбору путей их достижения.

Для формирования вышеуказанных компетенции в рамках дисциплины «Философия» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

Лекционные занятия:

1. Лекция-конференция.
2. Лекция-дискуссия.

Практические занятия:

1. Метод научной дискуссии.
2. Конференция, или круглый стол.

Аннотация дисциплины «Современный русский язык»

Рабочая программа дисциплины «Современный русский язык» разработана для студентов 1 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью». Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий (36 часов), практических занятий (72 часа), самостоятельная работа студентов (108 часов).

Являясь направленным на формирование метапредметных компетенций, курс имеет органичную связь как с другими дисциплинами данного раздела (в первую очередь с «Основы теории коммуникации», «Деловое общение», «Логикой», «Иностранному языком»), так и с любыми специальными дисциплинами, предполагающими активное создание студентами письменных и устных текстов. Особое значение данная дисциплина имеет для дальнейшей научно-исследовательской, проектной и практической деятельности студентов. Специфику построения и содержания курса составляет его отчётливая практикоориентированность и существенная опора на самостоятельную, в том числе командную, работу студентов.

Цель курса: формирование у студентов навыков эффективной речевой деятельности, а именно:

- 1) подготовки и представления устного выступления на общественно значимые и профессионально ориентированные темы;
- 2) создания и языкового оформления академических текстов различных жанров.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие компетенции (элементы компетенции):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК- 4 способность осуществлять деловую коммуникацию в устной	Знает	основные нормы современного русского литературного языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и

и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		иностранном языках; основные грамматические нормы изучаемого иностранного языка; обладает достаточным словарным запасом.
	Умеет	грамотно, логически верно и аргументированно излагать свои мысли в процессе речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; общаться на бытовые и профессиональные темы на изучаемом иностранном языке в устной и письменной форме; читать, переводить и реферировать литературу по своей специальности со словарем и без него; понимать речь изучаемого иностранного языка на слух.
	Владеет	навыками логичного и грамотного речевого взаимодействия в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; основами грамматических норм изучаемого иностранного языка; достаточным словарным запасом; основными приемами общения.
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знает	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	Умеет	осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых.
	Владеет	навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Аннотация дисциплины «Медиаэкономика»

Рабочая программа дисциплины «Медиаэкономика» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина «Медиаэкономика» входит в обязательную часть дисциплин учебного плана, общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студента (54 час.).

Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Медиаэкономика» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Экономическое и правовое мышление», «Современные технологии производства и продвижения средств массовой информации», «Медиаправо».

Данная дисциплина дает студентам необходимую базу для дальнейшей работы в средствах массовой информации, а также созданию СМИ.

Курс ставит своей задачей изучение современных методов и технологий управления организаций СМИ, тенденций развития медиаэкономики в России и в мире и достижение понимания того, каким образом различные теоретические подходы и идеи могут быть использованы в конкретных медиа-проектах.

Курс является базовым. Выпускникам, планирующим заниматься практической деятельностью, курс поможет понимать внутренние механизмы управления и использовать это знание в своей работе, особенно если эта работа будет связана с разработкой медиа-проектов, ориентированных на удовлетворение нужд и потребностей людей.

Цель курса «Медиаэкономика» является овладение слушателями теоретическими знаниями экономики журналистики и практическими навыками в организации экономически устойчивых СМИ.

Задачи:

- ознакомить слушателей с экономическими и правовыми условиями функционирования СМИ;
- формирование у студентов умений в механизмах редакционно-издательского маркетинга и менеджмента;
- развитие у студентов навыков самостоятельной работы с научной литературой и различными источниками информации по вопросам экономики и менеджмента.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать проблемы и перспективы информационного рынка, принципы и составляющие комплекса редакционно-издательского маркетинга, слагаемые и специфику менеджмента газеты, радио- и телекомпании.

уметь рассчитать смету на изготовление газеты, радиопрограммы, телепередачи, разработать бизнес-план организации, определить уровень финансовой напряженности издательского дома, концерна, холдинга.

применять изученные методы в практической деятельности журналиста.

Формы работы студентов:

- прослушивание лекций;
- участие в дискуссиях на семинарах;
- изучение научных текстов к каждому семинару;
- доклады на семинарах;
- работа в малых проектных группах;
- домашняя работа по подготовке медиа-проекта;
- защита выполненной работы и полученных результатов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

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

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

Результаты освоения (формирование компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК – 3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	О специфической работе команды, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели
	Умеет	Анализировать возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата
	Владеет	Навыками планировать командную работу, распределять поручения и делегирует полномочия членам команды; организовывать дискуссии по заданной теме и обсуждение результатов работы команды с привлечением оппонентов разработанным идеям
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает	Использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Умеет	Использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Владеет	Навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере.

Аннотация дисциплины «История»

«История» является учебной дисциплиной, формирующей универсальные компетенции по образовательным программам высшего образования.

Дисциплина «История» разработана для студентов направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 час.), семинарские занятия (36 час.), самостоятельная работа (54 час.). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «История» дает научные представления об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, месте и своеобразии России в мировой цивилизации и предусматривает изучение студентами ключевых проблем исторического развития человечества с древнейших времен и до наших дней с учетом современных подходов и оценок. Особое внимание уделяется новейшим достижениям отечественной и зарубежной исторической науки, дискуссионным проблемам истории, роли и месту исторических личностей. Значительное место отводится сравнительно-историческому анализу сложного исторического пути России, характеристике процесса взаимовлияния Запад-Россия-Восток, выявлению особенностей политического, экономического и социокультурного развития российского государства. Актуальной проблемой в изучении истории является объективное освещение истории XX века, который по масштабности и драматизму не имеет равных в многовековой истории России и всего человечества. В ходе изучения курса рассматриваются факторы развития мировой истории, а также особенности развития российского государства. Знание важнейших понятий и фактов всеобщей истории и истории России, а также глобальных процессов развития человечества даст возможность студентам более уверенно ориентироваться в сложных и многообразных явлениях окружающего нас мира понимать роль и значение истории в жизни

человека и общества, влияние истории на социально-политические процессы, происходящие в мире.

Дисциплина «История» базируется на совокупности исторических дисциплин, изучаемых в средней школе. Одновременно требует выработки навыков исторического анализа для раскрытия закономерностей, преемственности и особенностей исторических процессов, присущих как России, так и мировым сообществам. Знание исторических процессов является необходимым для последующего изучения дисциплины «Философия».

Целью изучения дисциплины «История» является формирование целостного, объективного представления о месте России в мировом историческом процессе, закономерностях исторического развития общества.

Задачи:

– формирование знания о закономерностях и этапах исторического процесса; основных событиях и процессах истории России; особенностях исторического пути России, её роли в мировом сообществе; основных исторических фактах и датах, именах исторических деятелей.

– формирование умения самостоятельно работать с историческими источниками; критически осмысливать исторические факты и события, излагать их, отстаивать собственную точку зрения по актуальным вопросам отечественной и мировой истории, представлять результаты изучения исторического материала в формах конспекта, реферата.

– формирование навыков выражения своих мыслей и мнения в межличностном общении; навыками публичного выступления перед аудиторией.

– формирование чувства гражданственности, патриотизма, бережного отношения к историческому наследию.

Для успешного изучения дисциплины «История» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– знание основных фактов всемирной и отечественной истории;

–умение анализировать историческую информацию, представленную в разных знаковых системах (текст, карта, таблица, схема, аудиовизуальный ряд);

–владение культурой мышления, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая универсальная компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-5 способность воспринимать межкультурное разнообразие общества социально-историческом, этическом философском контекстах	Знает	закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории
	Умеет	критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений
	Владеет	навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической организации общества; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «История» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения:

Лекционные занятия: лекция-беседа, проблемная лекция, лекция-презентация с обсуждением.

Семинарские занятия: круглый стол, дискуссия, диспут, коллоквиум, обсуждение в группах, публичная презентация.

Аннотация дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» разработана для студентов 1 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, Профиль «Реклама и связи с общественностью».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (8 часов), самостоятельная работа студента (64 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: влияние вредных и опасных факторов среды, в том числе в условиях чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и социального характера, правовые и законодательные аспекты безопасности жизнедеятельности, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, а так же приемы оказания первой помощи.

Цель изучения дисциплины: вооружение будущих специалистов теоретическими знаниями о безопасности человека в современном мире, о формировании комфортной для жизни и деятельности человека среды, минимизации техногенного воздействия на окружающую среду, о сохранении жизни и здоровья человека, в том числе в условиях чрезвычайных ситуаций с помощью средств и методов защиты и приемов первой помощи.

Основными задачами дисциплины является формирование у обучаемых знаний и навыков, необходимых для:

- идентификации источников опасностей окружающей среды;
- выбора и разработки научно-обоснованных организационно-технических мероприятий, направленных на охрану здоровья и безопасности, а так же использование приемов первой помощи.

Для успешного изучения дисциплины «Безопасности жизнедеятельности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способностью проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности ;
- владением компетенциями сохранения здоровья (знание и соблюдение норм здорового образа жизни; физическая культура);
- владением компетенциями гражданственности (знание и соблюдение прав и обязанностей гражданина; свободы и ответственности);
- владением компетенциями самосовершенствования (сознание необходимости, потребность и способность учиться).

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая универсальная компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-8 способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	Знает	значение своевременного оказания первой помощи для сохранения жизни, здоровья и безопасности человека; методы и средства первой помощи приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
	Умеет	обосновать выбор того или иного алгоритма первой помощи, а так же использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
	Владеет	приемами первой помощи, методами защиты в условиях чрезвычайных ситуаций соблюдая личную безопасность

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Физическая культура и спорт»

Программа дисциплины «Физическая культура и спорт» разработана для студентов 1 курса бакалавриата, обучающихся по всем направлениям подготовки, реализуемым в ДВФУ.

Дисциплина «Физическая культура и спорт» входит в обязательную часть блока «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа. Учебным планом предусмотрены лекционные (2 часа), практические занятия (68 часов) и самостоятельная работа студента (2 часа). Дисциплина реализуется на I курсе в 1 семестре.

Целью изучения дисциплины является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Задачи изучаемой дисциплины:

- формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда;
- развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;
- обогащение индивидуального опыта занятий специально-прикладными физическими упражнениями и базовыми видами спорта;
- овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление физического и психического здоровья;
- освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли и значении в формировании ЗОЖ;

- приобретение компетентности в физкультурно-оздоровительной, спортивной деятельности, овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями.

Ключевые элементы курса:

- соревновательная деятельность: виртуальная и реальная, индивидуальная и межгрупповая;
- дневник физической подготовки на базе LMS BLACKBOARD;
- сдача нормативов комплекса ГТО;
- три фиксированных блока контента курсов и один с возможностью выбора;
- встречи с выдающимися спортсменами (истории успеха);
- обеспечение самостоятельных занятий комплексом MOOKов.

Структура курса:

1. Обязательный блок (легкая атлетика)
2. Обязательный блок (плавание)
3. Обязательный блок (спортивные игры)
4. Элективный блок (единоборства/аэробика/тренажеры)

При переходе от блока к блоку проводятся соревнования по видам физической активности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая универсальная компетенция:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ИУК-7.1 Понимает роль физической культуры и спорта в современном обществе, в жизни человека, подготовке его к социальной и профессиональной деятельности, значение физкультурно-спортивной активности в структуре здорового образа жизни и особенности планирования оптимального

		двигательного режима с учетом условий будущей профессиональной деятельности.
		ИУК-7.2 Использует методику самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности в соответствии с нормативными требованиями и условиями будущей профессиональной деятельности.
		ИУК-7.3 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями.

По окончании курса студент ДВФУ принимает физическую активность как важную часть своей повседневной жизни, умеет сам выстроить индивидуальную траекторию физкультурно-спортивных достижений, готов работать в команде ради достижения общих и личных целей.

Общегуманитарный модуль

Аннотация дисциплины «Риторика и академическое письмо»

Курс «Риторика и академическое письмо» для направления 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» входит в раздел Б1.О.09.01. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий (18 часов), практических занятий (18 часов), самостоятельная работа студентов (36 часов). Будучи направленным на формирование метапредметных компетенций, курс имеет органичную связь как с другими дисциплинами данного раздела (в первую очередь с «Основы теории коммуникации», «Деловое общение», «Логикой», «Иностранном языком»), так и с любыми специальными дисциплинами, предполагающими активное создание студентами письменных и устных текстов. Особое значение данная дисциплина имеет для дальнейшей научно-исследовательской, проектной и практической деятельности студентов. Специфику построения и содержания курса составляет его отчётливая практикоориентированность и существенная опора на самостоятельную, в том числе командную, работу студентов.

Цель курса: формирование у студентов навыков эффективной речевой деятельности, а именно:

- 1) подготовки и представления устного выступления на общественно значимые и профессионально ориентированные темы;
- 2) создания и языкового оформления академических текстов различных жанров.

В задачи преподавателя, ведущего курс, входит:

- научить студентов стратегии, тактикам и приёмам создания речевого выступления перед различными типами аудитории;
- развить навыки составления академических текстов различных жанров (аннотация, реферат, эссе, научная статья);

- совершенствовать навыки языкового оформления текста в соответствии с принятыми нормами, правилами, стандартами;
- сформировать навыки редактирования/саморедактирования составленного текста;
- научить приемам эффективного устного представления письменного текста;
- ознакомить с принципами и приемами ведения конструктивной дискуссии;
- обучить приемам создания эффективной презентации.

Для успешного изучения дисциплины «Риторика и академическое письмо» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность воспринимать, осмысливать, воспроизводить и критически оценивать содержание учебных, научных, научно-популярных, публицистических, деловых текстов на русском языке;
- владение нормами устной и письменной речи на современном русском языке (нормами произношения, словоупотребления, грамматическими нормами, правилами орфографии и пунктуации);
- представление о стилистическом варьировании современного русского литературного языка;
- умение выражать своё мнение, формулировать суждения общественно значимого содержания.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая универсальная компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-4 способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном	Знает	основные положения риторики и методику построения речевого выступления, основные принципы составления и оформления академических текстов; основные принципы и законы эффективной коммуникации
	Умеет	создавать письменные академические тексты

языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		различных жанров; оформлять письменный текст в соответствии с принятыми нормами, требованиями, стандартами; создавать устный и письменный текст в соответствии с коммуникативными целями и задачами; оформлять его в соответствии с нормами современного русского литературного языка, формальными требованиями и риторическими принципами; свободно пользоваться речевыми средствами книжных стилей современного русского языка
	Владеет	основными навыками ораторского мастерства: подготовки и осуществления устных публичных выступлений различных типов (информирующее, убеждающее и т.д.); ведения конструктивной дискуссии; навыками аналитической работы с различными источниками, в том числе научными; навыками редактирования академических текстов; навыками эффективного устного представления письменного текста; навыками преодоления сложностей в межличностной и межкультурной коммуникации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Риторика и академическое письмо» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: «анализ конкретных ситуаций», «моделирование», «мозговой штурм», «практикум в парах или малых группах», «ролевая игра», «симуляция профессиональной деятельности (редактирование)», «творческое упражнение/тренинг», «тезирование», «трансформация ситуации».

Аннотация дисциплины «Психология»

Рабочая программа дисциплины «Психология» разработана для студентов 1 курса по направлению курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Дисциплина «Психология» входит в общегуманитарный модуль обязательной части дисциплин учебного плана, общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы – 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные (18 часов) и практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (72 часа), в том числе подготовка к экзамену (36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Психология» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Введение в коммуникационные специальности».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: предмет, объект и задачи психологии; характеристика основных этапов развития психологии; определение и особенности психики; структура человеческой психики; механизмы психики; возникновение и развитие человеческого сознания; методы психологии.

Основные подходы к изучению личности в отечественной и зарубежной психологии.

Психические процессы, свойства и состояния: ощущение, восприятие, представление, память, воображение, мышление, речь, внимание, воля, эмоции, адаптация, стресс, направленность и мотивы деятельности, способности, темперамент, характер.

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов представлений об основных понятиях и категориях психологической науки,

ее ключевых проблемах, принципах и методах, механизмах и закономерностях функционирования психики, повышение общей и психолого-педагогической культуры бакалавров.

В процессе изучения данной дисциплины перед студентами ставятся следующие задачи:

1. Овладеть понятийным и категориальным аппаратом психологической науки.
2. Ознакомиться с основными концепциями происхождения и развития сознания и психики.
3. Изучить психические процессы, свойства и состояния, уметь определять и классифицировать различные феномены.
4. Получить навыки практической психологии: проведение психодиагностических исследований, анализ и интерпретация полученных данных; применение способов саморегуляции.
5. Систематизировать знания о теоретических и практических основах психологии.

В результате изучения данной дисциплины у студентов частично формируются следующие универсальные компетенции:

- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6).

В результате изучения дисциплины «Психология» у студентов формируются следующие универсальные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-3 способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные способы и приемы взаимодействия в команде
	Умеет	осуществлять поиск источников для решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и коммуникационной культуры

	Владеет	навыками решения стандартных профессиональных задач в команде
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знает	теоретические основы самостоятельной работы; основные принципы планирования самостоятельной работы; основы тайм-менеджмента; теоретические основы работы с учебной и научной литературой; принципы работы с базами данных и информационными источниками сети интернет.
	Умеет	проявлять самостоятельность в обучении; планировать рабочее время; систематически изучать научную и учебную литературу, оформлять ее в соответствии с гост и нормативными документами ДВФУ; самостоятельно анализировать интернет источники и результаты научных исследований ведущих исследовательских организаций; формулировать результат самостоятельной работы; публично представлять результаты самостоятельной работы.
	Владеет	навыками самостоятельной работы, самоорганизации и самообразования; навыками планирования рабочего времени; навыками анализа и систематизации исследований; способностью формулировать и представлять результат самостоятельной работы

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Психология» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения:

Лекционные занятия:

1. Лекция – свободная дискуссия

Практические занятия:

1. Метод ситуационных задач (case study)
2. Метод «мозгового штурма»
3. Метод рамочной игры «Лучшее изложение»
4. Дискуссия

Аннотация дисциплины «Логика и критическое мышление»

Дисциплина «Логика и критическое мышление» является базовой дисциплиной учебного плана, подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 ч. Учебными планами предусмотрены лекционные (18 ч.) и практические (18 ч.) занятия, самостоятельная работа (36 ч.). Дисциплина реализуется в 1 семестре 1 курса.

Изучение логики способствует формированию правильного мышления и других общекультурных компетенций. В курсе наибольшее внимание уделяется традиционной и символической логике, также прививаются навыки аргументированного и доказательного рассуждения, раскрываются основные тенденции и направления науки о законах мышления, разбираются примеры применения логики в обыденной жизни и профессиональной деятельности.

Курс «Логика и критическое мышление» структурно и содержательно связан с такими дисциплинами как «Философия», «Риторика и академическое письмо» и учитывает их содержание.

При чтении курса одновременно учитывается его классическое содержание, а также современные методы подачи материала и контроля успеваемости.

Цель состоит в овладении студентами культурой и технологиями рационального критического мышления, практического применения их законов и правил.

Задачи:

1. Овладение студентами логической культурой, устойчивыми навыками точного, непротиворечивого, последовательного и доказательного мышления; приобретение практического умения осуществления различных логических операций, что достигается усвоением основных форм логических понятий и технологий анализа и вывода, а также решением соответствующих задач и упражнений.

2. Развитие у студентов навыков аналитического мышления, включающего способность анализировать логическую правильность и фактическую истинность собственных и других мыслительных актов, умения проводить мыслительные эксперименты, решать вопросы о логической взаимосвязи получаемой информации, об объектах исследования, активно оперировать понятийным логическим аппаратом в ситуациях с заданной или ограниченной информацией.

3. Формирование у студентов навыков ведения полемики. Умение аргументировано излагать свою позицию, подвергать глубокому анализу позицию оппонентов, убедительно отстаивать свою точку зрения, знать уловки споров и методы их нейтрализации – всё это составляет необходимые навыки профессионала в любой области. Овладение «логической компонентой» полемической культуры является наиболее эффективным средством овладения культурой полемики вообще, ибо искусство полемики неотделимо от ораторского мастерства, а логика с момента своего возникновения всегда ориентировалась на запросы риторики.

4. Прикладное использование студентами идей, средств и методов логики. Подобное использование подразумевает умение вскрывать логические ошибки, опровергать необоснованные доводы оппонентов, выдвигать и анализировать различные версии, осуществлять классификации и доказательства, составлять логически коррективные планы мероприятий, уяснять смысл и структуру рассуждений.

Для успешного изучения дисциплины «Логика и критическое мышление» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- умение выражать мысль устно и письменно в соответствии с грамматическими, семантическими и культурными нормами русского языка;
- иметь представления о мировом историческом процессе.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются универсальная компетенция:

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

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логика и критическое мышление» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

Лекционные занятия

- лекция-дискуссия;
- проблемная лекция,
- «мозговой штурм»,
- диаграмма Исикавы

Практические занятия

- публичное выступление;
- логический анализ текстов;
- решение задач, упражнений, кейсов;
- работа с интернет-тренажером «Логикон».

Аннотация дисциплины «Педагогика и образовательные технологии»

Рабочая программа дисциплины «Педагогика и образовательные технологии» разработана для студентов 1 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 10.03.2016 № 12-13-391.

Дисциплина «Педагогика и образовательные технологии» входит в обязательную часть дисциплин учебного плана, общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Педагогика и образовательные технологии» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы проектной деятельности», «Психология».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: предмет, объект, функции, проблемы педагогики; цель, задачи, содержание педагогической деятельности; организация и управление педагогического процесса; образовательные технологии: определение, структура, особенности реализации.

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов систематизированного теоретического знания в области педагогики, образовательных технологий и практических навыков по их использованию в будущей профессиональной-педагогической деятельности, а также в создании условий повышения общей и педагогической культуры бакалавров.

В процессе изучения данной дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

1. Осуществление интеграции современных теоретических знаний о целостном педагогическом процессе, включающем аспекты воспитывающего обучения в контексте гуманистической образовательной парадигмы.

2. Развитие у студентов педагогического мышления при использовании образовательных технологий на основе понимания сущности антропологического подхода в образовании.

3. Формирование ценностного отношения студентов к сбережению здоровья, самоорганизации, обеспечивающих траекторию их саморазвития на основе гуманистических принципов образования в течение всей жизни.

4. Систематизация знаний студентов о теоретических и практических основах педагогической деятельности.

5. Ознакомление студентов с образовательными технологиями, закрепление их знаний о социальной значимости и применении в педагогической практике каждой конкретной технологии.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая универсальная компетенция:

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

В результате изучения дисциплины «Психология» у студентов формируется следующая универсальная компетенция.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на	Знает	теоретические основы самостоятельной работы; основные принципы планирования самостоятельной работы; основы тайм-менеджмента; теоретические основы работы с учебной и научной литературой; принципы работы с базами данных и информационными источниками сети интернет.

основе принципов образования в течение всей жизни	Умеет	проявлять самостоятельность в обучении; планировать рабочее время; систематически изучать научную и учебную литературу, оформлять ее в соответствии с гост и нормативными документами ДВФУ; самостоятельно анализировать интернет источники и результаты научных исследований ведущих исследовательских организаций; формулировать результат самостоятельной работы; публично представлять результаты самостоятельной работы.
	Владеет	навыками самостоятельной работы, самоорганизации и самообразования; навыками планирования рабочего времени; навыками анализа и систематизации исследований; способностью формулировать и представлять результат самостоятельной работы

Аннотация дисциплины «Экономическое и правовое мышление»

Рабочая учебная программа дисциплины «Экономическое и правовое мышление» разработана для студентов 1 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Дисциплина «Экономическое и правовое мышление» входит в обязательные дисциплины учебного плана, общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Экономическое и правовое мышление» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Медиаправо», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы».

Содержание дисциплины «Экономическое и правовое мышление» состоит в формировании представления об основных истоках, ключевых векторах развития и основных типах экономического и правового мышления, основных экономических и правовых институтах, современных экономических и правовых теориях, принципах экономической и правовой организации современного общества, современной цифровой трансформации экономики и права.

Дисциплина будет способствовать развитию культуры экономико-правового мышления, позволяющего анализировать происходящие социально-экономические явления и процессы, принимать оптимальные решения и обеспечивать их реализацию на инновационной основе.

Цель изучения дисциплины – состоит в формировании представления о предмете и открытых вопросах, стоящих перед экономической наукой, а также формировании у студентов правовой культуры и правосознания, умений ориентироваться в жизненных и профессиональных ситуациях с позиций закона и права. Дисциплина будет способствовать развитию культуры экономико-правового мышления, позволяющего анализировать социально-экономические явления и процессы, принимать оптимальные решения и обеспечивать их реализацию на инновационной основе.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать представления об основных истоках, ключевых векторах развития и основных типах экономического и правового мышления за рубежом и в России необходимые для формирования умения определять, предлагать и планировать задачи в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- сформировать представления о принципах экономической и правовой организации современного общества, современной цифровой трансформации экономики и права, необходимые для выполнения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректировать способы решения задач.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

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

Аннотация дисциплины «Digital Humanities»

Дисциплина «Digital Humanities» входит в обязательную часть дисциплин учебного плана подготовки бакалавров.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (8 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студента (28 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре. Форма контроля – зачет.

Цель курса — познакомить обучающихся с проблемой «дигитализации» реальности; исследовательскими подходами в гуманитарных науках, использующими цифровые методы. Эти методы включают работу с большими данными, различные способы формализации текстовых данных при помощи компьютерных технологий и специального программного обеспечения.

Курс призван показать влияние цифровизации на развитие современной цивилизации и ее значение в гуманитарных научных исследованиях.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие универсальные компетенции: УК-1 Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

Для формирования вышеуказанных компетенции в рамках дисциплины «Digital Humanities» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения:

Лекционные занятия:

1. Лекция-дискуссия.

Практические занятия:

1. Работа в группах.

В результате изучения данной дисциплины у студентов частично формируется следующая универсальная компетенция:

Аннотация дисциплина «Культурные коды современности»

Общая трудоемкость освоения дисциплины «Культурные коды современности» составляет 2 зач. единицы (72 часа). Учебным планом предусмотрены лекции 18 часов, практические занятия 18 часов, самостоятельная работа студентов 36 часов. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре. Форма контроля – зачет.

Современное мировое искусство характеризуется разнообразными стилевыми и жанровыми тенденциями, знание и понимание которых является неотъемлемой частью гуманитарного образования. XX – XXI век в искусстве определяют как «эпоху стилей», в которой одновременно могут сочетаться этника, архаика, абстракционизм, реализм, цифровое искусство и т.д. Разные виды искусства создают свои культурные коды, которые позволяют выявлять не только их специфические черты, но и видеть общие тенденции в развитии мировой культуры и искусства.

Дисциплина «Культурные коды современности» является логичным продолжением дисциплин учебного плана студентов-гуманитариев, таких как «История», «Философия», «Психология и педагогика» и других. Дисциплина рассматривает наиболее значимые периоды в развитии мирового искусства, стилевые и жанровые особенности, формирующие культурные коды. Особое внимание уделяется знаковой и символической системе современной культуры.

Целью дисциплины – изучение основных тенденций в развитии мирового искусства XX – XXI веков в контексте постижения культурных кодов современности.

Задачи:

- Изучить основные исторические этапы развития мирового искусства
- Выявить специфические стилевые и жанровые особенности наиболее значимых современных тенденций в искусстве.
- Изучить знаково-символическую основу современного искусства

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом философском контекстах и	Знает	Основные периоды развития мирового искусства, стили и жанры современного искусства культурные коды, знаки и символы, реализуемые в современной материально-художественной культуре
	Умеет	Определять стилевую и жанровую специфику в современном искусстве
	Владеет	Навыками анализа основных стилевых и жанровых тенденций в развитии современного мировой искусства и культуры через культурные коды.

Аннотация дисциплины «Классические языки и научный дискурс»

Дисциплина «Классические языки и научный дискурс» разработана для студентов бакалавриата в соответствии с требованиями ФГОС, ОС ВО ДВФУ.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Учебным планом предусмотрены аудиторные часы в объеме 54 часа (лекционные занятия - 18 часов, практические занятия - 36 часов), самостоятельная работа 54 часа. Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре, в качестве промежуточного контроля выступает экзамен.

Учебный курс посвящен выработке культуры научного мышления. Знакомство с латинским языком помогает изучению иностранных языков (прежде всего романских и английского), обеспечивает успешность освоения международной научной терминологии, способствует лучшему пониманию грамматики родного языка. Знакомство с историей европейского научного дискурса, современной культуры организации и презентации научных исследований будет содействовать включению студентов в мировое научное сообщество.

Дисциплина «Классические языки и научный дискурс» логически, содержательно и методически связана с такими дисциплинами как «История», «Логика и критическое мышление» и «Философия».

Основная цель курса — заложить основы терминологической, библиографической и научно-исследовательской компетентности бакалавра-гуманитария.

Задачи курса:

- дать общую характеристику истории латинского языка, и его значения для развития наук в Европе, основные сведения о фонетике, морфологии, синтаксисе и словообразовании латинского языка, студент должен овладеть лексическим минимумом в 500 единиц;

- сформировать у студентов представление об основных этапах развития европейского научного знания от классической древности до наших

дней, об основных достижениях науки античности, средневековой науки, науки нового и новейшего времени, о наиболее значимых философских концепциях, оказавших влияние на развитие научного знания в его истории и на формирование современного облика науки;

- познакомить студентов с общей структурой научного исследования, основными подходами к поиску истины, а также методами построения логически обоснованных и непротиворечивых научных концепций, специфику научного познания в отдельных гуманитарных науках;

- познакомить студентов с основными стандартами классификации научной информации, межгосударственным стандартами оформления библиографических ссылок и научно-исследовательских отчетов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	как выявить проблему, осуществлять поиск информации и интерпретировать ее для решения поставленных задач
	Умеет	сравнивать возможные варианты решения, оценивать их преимущества и недостатки, формулировать собственную позицию в рамках поставленной задачи
	Владеет	навыками использования поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач; способностью формировать собственное мнение, аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов	Знает	методы представления и описания результатов проектной деятельности; методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и

и ограничений		ограничений.
	Умеет	обосновывать практическую и теоретическую значимость полученных результатов; проверять и анализировать проектную документацию; прогнозировать развитие процессов в проектной профессиональной области; выдвигать идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации проекта; анализировать проектную документацию; рассчитывать сроки выполнения проектной работы, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
	Владеет	управлением проектами в области, соответствующей профессиональной деятельности; распределением заданий и побуждением других к достижению целей; участием в разработке технического задания проекта, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Классические языки и научный дискурс» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

1. Проблемная лекция.
2. Самостоятельная работа с текстом.

Аннотация дисциплины «Социальные и политические системы»

Дисциплина «Социальные и политические системы» разработана для студентов 1 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет – 2 з.ед., 72 часов. Дисциплина относится к обязательным дисциплинам учебного плана. Дисциплина включает в себя 18 часов лекционных занятий (из них с использованием методов активного обучения 6 часов), 18 часов практических занятий (из них с использованием методов активного обучения 6 часов), 36 часов самостоятельной работы.

Дисциплина «Социальные и политические системы» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Экономическое и правовое мышление», «Медиаправо», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы».

Цель изучения курса «Социальные и политические системы» состоит в формировании у студентов практических навыков, необходимых для успешной адаптации в современных социально-политических условиях. В результате они будут способны анализировать, прогнозировать и моделировать социально-политические явления и процессы с использованием компаративных, системных, структурно-функциональных, институциональных, статистико-аналитических методов.

В процессе изучения данной дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- сформировать у студентов понимание социальных, философских и исторических оснований развития системных представлений о социальных и политических явлениях;

- раскрыть сущность понятия «система» вообще, «социально – политическая система общества» в частности;
- рассмотреть своеобразие устройства и функционирования социальной и политической систем общества;
- охарактеризовать различные модели политических и социальных систем в обществе;
- определить место и роль различных субъектов политики в системе общественных отношений;
- рассмотреть влияние социальной стратификации на социально-политическую систему;
- использовать системный подход для анализа российской социально и политической реальности.

Дисциплина «Социальные и политические системы» знакомит с комплексным подходом к понятию общества, с основными традиционными и современными социально-политическими теориями, а также достижениями в мировой социологической и политической науке. В рамках освоения дисциплины будет выработано умение соотносить полученные знания с элементами окружающей действительности, с общественной и политической жизнью.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая универсальная компетенция (элементы компетенции):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знает	Основные периоды развития мирового искусства, стили и жанры современного искусства культурные коды, знаки и символы, реализуемые в современной материально-художественной культуре
	Умеет	Определять стилевую и жанровую специфику в современном искусстве
	Владеет	Навыками анализа основных стилевых и жанровых тенденций в развитии современного мирового искусства и культуры через культурные коды.

Аннотация дисциплины «Основы проектной деятельности»

Рабочая учебная программа дисциплины «Основы проектной деятельности» разработана для студентов 1 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Дисциплина «Основы проектной деятельности» входит в обязательные дисциплины учебного плана, общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетных единиц, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студента (54 час.). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Основы проектной деятельности» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы».

Дисциплина «Основы проектной деятельности» научит достигать поставленную цель, выбирая для этого оптимальные способы, учитывая имеющиеся ресурсы и ограничения. Работая в малых группах над разработкой и реализацией собственного проекта, студенты научатся осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать различные командные роли. Результатом освоения дисциплины станет не только получение теоретических и практических знаний и умений, а разработка, реализация и защита собственного проекта, что позволит самому пройти все этапы работы над проектом и получить готовый результат. Работа над проектом реализуется в малых группах, включающих студентов различных направлений подготовки ШИГН, что позволит узнать новых людей и сформировать прочные контакты с представителями других специальностей.

Цель - формирование у бакалавров компетенций, определяющих круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Задачи дисциплина:

- изучить теоретические подходы к проектной деятельности;
- рассмотреть основные роли в проектной деятельности;
- изучить основные технологии управления проектами;
- рассмотреть особенности проектной деятельности в различных областях;
- получить опыт самостоятельной работы над проектом и управлением проектной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции (элементы компетенций):

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

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

Аннотация дисциплины «Теория и практика рекламы»

Дисциплина «Теория и практика рекламы» предназначена для студентов первого курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» обязательная часть – Б1.О.08. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (18 часов, в том числе 10 интерактивных часов), а также самостоятельная работа студентов (9 часов), контроль достижений 27 часов. На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 1 семестре экзамен.

Дисциплина «Теория и практика рекламы» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Риторика и академическое письмо», «Психология», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы теории коммуникации», «Введение в коммуникационные специальности».

Курс «Теория и практика рекламы», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие универсальных и общепрофессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Курс состоит из трех разделов.

Целью раздела «Основы рекламы» является ознакомление студентов с основными теоретическими и практическими основами становления и развития рекламной деятельности.

Целью раздела «Способы влияния на потребителя в рекламной коммуникации» является ознакомление с методами психологического воздействия на целевую аудиторию рекламного сообщения.

Целью раздела «Виды и типы рекламы» является ознакомление студентов с типологией рекламных сообщений в зависимости от объектов информирования и институциональных субъектов, а также от носителей рекламных обращений.

Целью курса является формирование системного комплекса знаний в сфере массовой коммуникации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Теория и практика рекламы» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- изучить историю развития рекламной сферы,
- изучить эффективные способы влияния на потребителей в рекламной коммуникации,
- изучить виды и типы рекламы,
- научиться использовать полученные знания при разработке рекламных обращений на различных носителях.

Для успешного изучения дисциплины «Теория и практика рекламы» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

– способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	виды и типы рекламной коммуникации, модели коммуникации в рекламе, алгоритм анализа рекламного сообщения
	Умеет	анализировать ситуацию в компании, применять рекламные стратегии в процессе создания рекламного сообщения
	Владеет	навыками анализа рекламных сообщений, может аргументировать свою точку зрения в процессе применения модели коммуникации, одного из анализов, одной или комплекса теорий рекламной деятельности
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает	как проводить сегментацию целевой аудитории, основные потребности современного общества, манипулятивные приемы в рекламной сфере
	Умеет	проводить сегментацию целевых аудиторий в зависимости от ее текущих запросов и потребностей, при создании рекламного обращения использует манипулятивные приемы в зависимости от психологии восприятия потребителей
	Владеет	навыками по созданию рекламных текстов с учетом запросов и потребностей целевых аудиторий
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает	основные факторы и нормы, влияющие на развитие коммерческой, социальной и политической рекламы, а также рекламных обращений на разных носителях
	Умеет	разрабатывать концепцию рекламного обращения в зависимости от объекта рекламирования и носителя
	Владеет	навыками проведения анализа эффективности рекламы в зависимости от ее носителя и определения наиболее

		эффективного набора рекламного продвижения в определенный период времени
--	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Теория и практика рекламы» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» предназначена для студентов первого курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» обязательная часть – Б1.О.09. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (18 часов, в том числе 18 интерактивных часов), а также самостоятельную работу студентов (27 часов), контроль достижений 9 часов. На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 1-ом семестре экзамен.

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «Теория и практика связей с общественностью», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Цели дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»: сформировать представление о профессиональной деятельности связи с общественностью как о важном социальном институте и как системе профессиональных социальных технологий коммуникаций в различных сферах жизнедеятельности.

Задачи:

- сформировать способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах;

- сформировать исследовательские и прогностические способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

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

Для успешного изучения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

– способность к самоорганизации и самообразованию;

– способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

– способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знает	основные нормы современного русского литературного языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; основные грамматические нормы изучаемого иностранного языка; обладает достаточным словарным запасом.
	Умеет	грамотно, логически верно и аргументированно излагать свои мысли в процессе речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; общаться на бытовые и профессиональные темы на изучаемом иностранном языке в устной и письменной форме; читать, переводить и реферировать литературу по своей специальности со словарем и без него; понимать речь изучаемого иностранного языка на слух.
	Владеет	навыками логичного и грамотного речевого взаимодействия в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; основами грамматических норм изучаемого иностранного языка; достаточным словарным запасом; основными приемами общения.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает	основные запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
	Умеет	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Владеет	навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере.
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных	Знает	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном

систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		уровнях
	Умеет	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
	Владеет	основными методами и навыками проведения анализа и определения тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Политические аспекты коммуникационной деятельности»

Дисциплина «Политические аспекты коммуникационной деятельности» относится к обязательной части учебного плана направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Приказ Министерства образования и науки № 524 от 08.06.2017).

Дисциплина «Политические аспекты коммуникационной деятельности» реализуется на 4 курсе очной формы обучения в 7 семестре.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 144 ч (4 зачетные единицы). Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов) и практические занятия (36 ч.), самостоятельная работа студента в объеме 45 ч. В качестве формы отчетности по дисциплине предусмотрен экзамен. Подготовка - 27 часов.

Дисциплина «Политические аспекты коммуникационной деятельности» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Digital-технологии в медиаотрасли», «Продюсирование и организация производства современного медиаконтента», «Создание мультимедийного ресурса», «Реклама в медиаотрасли» «Система средств массовой информации», «Современные российские средства массовой информации».

Целью изучения дисциплины «Политические аспекты коммуникационной деятельности» является развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно выстраивать коммуникации в политической сфере, в том числе в контексте современного медиaprостранства.

Задачи дисциплины:

- освоить теоретические основы политической коммуникации;
- изучить теоретические подходы, предложенные зарубежными и отечественными исследователями в сфере информационных войн;
- изучить основные приемы и методы ведения современной информационной войны;
- овладеть методами выявления и нейтрализации барьеров в коммуникации между политическими акторами – Президентом, Правительством, Советом Федерации и других органов власти в субъектах РФ;
- получить представление об эффективных коммуникациях, направленных на работу в рамках медийных проектов политических субъектов – партий, политических и общественных лидеров и т.д.
- предоставить студентам систематические знания об основных проблемах политических коммуникаций в современном российском и зарубежном медиапространстве;
- сформировать у студентов понимание специфики политических коммуникаций между федеральной, региональной, муниципальной властью и политическими партиями и общественными движениями, чьи представители не являются депутатами законодательных органов власти, а также, чьи представители являются избранными депутатами Государственной Думы, законодательных собраний, советов, назначенными представителями регионов РФ в Совете Федерации;
- предоставить студентам представление об основных практиках создания современных медийных проектов в контексте политических кампаний;
- научить студентов видеть влияние различных обстоятельств социокультурной жизни общества, а также политических и экономических факторов на установление коммуникации между обществом и официальными представителями власти.

Для успешного изучения дисциплины «Политические аспекты коммуникационной деятельности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, в том числе интерактивных, практических занятий, деловых игр, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач. Во взаимосвязи с другими изучаемыми дисциплинами данный курс должен выработать у студентов комплексное видение перспектив и возможностей создания медийных проектов в сфере политической медиакommunikации.

Курс состоит из двух разделов.

Цель 1 раздела "**Политическая коммуникация: методология, структура, содержание**» определить информационные ценности и потребности в политической сфере, формирующие инфраструктуру информационного пространства, современную концепцию информационной безопасности Российской Федерации; классические и инновационные способы распространения медиапродукта политического содержания и процесс доступа целевой аудитории к контенту СМИ и новых медиа, и влияния их на индивидуальное и общественное сознание россиян; изучить базовые для

политологии понятия как "политическая деятельность", "политические партии", "политическое лидерство", "политическая идеология", политические конфликты", "информационная война", "электоральное поведение", "избирательная кампания" в контексте использования современных средств массовой коммуникации, в их числе социальные сети, интернет-мессенджеры, новые каналы интернет платформ ("Дзен" и т.д.), you-tube, ru-tube, телеграм-каналы

Цель 2 раздела **"Политические аспекты медиакommunikаций в России и странах АТР"** - выявить характеристики политического медийного рынка в России и особенности медиапотребления в политической сфере в КНР, Южной Корее, Японии, США.

Изучение дисциплины «Политические аспекты коммуникационной деятельности» у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-7 способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знает	принципы социальной ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью
	Умеет	анализировать и учитывать последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
	Владеет	способностью учитывать последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности, проводить антикризисные мероприятия
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	Умеет	Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы
	Владеет	Владеет основными методами и навыками

		проведения анализа и определения тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	Умеет	Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
	Владеет	Владеет навыками редактирования текстов для медиа в соответствии с требованиями действующего медийного законодательства

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Политические аспекты коммуникационной деятельности» применяется ряд методов активного обучения и интерактивных взаимодействий, включающих: лекцию-беседу, лекцию-дискуссию, групповые дискуссии, проектный метод.

Аннотация дисциплины «Социальные аспекты рекламной деятельности»

Дисциплина «Социальные аспекты рекламной деятельности» предназначена для студентов четвертого курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку Б1– Б1.О.13. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017 г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (30 часов) и практические занятия (40 часов), а также самостоятельную работу студентов (70 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 8 семестре зачет с оценкой.

Дисциплина «Социальные аспекты рекламной деятельности» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

Курс «Социальные аспекты рекламной деятельности», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Целью курса является формирование системного комплекса знаний о коммуникации в социальной сфере. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Социальные аспекты рекламной деятельности» сосредотачивается на социальных проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- дать студенту основные знания по актуальным проблемам рекламных коммуникаций в социальной сфере;
- акцентировать внимание студентов на тех разделах курса, которые связаны с профилем их будущей профессии;
- сформировать у студентов язык профессионального общения через освоение понятий и терминов в сфере рекламных и PR-коммуникаций;
- сформировать у студентов навыки практического применения полученных знаний путем подготовки коммуникационного проекта в социальной сфере;
- дать системный комплекс знаний об медиаиндустрии как социальном институте.

Для успешного изучения дисциплины «Социальные аспекты рекламной деятельности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 – способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знает	особенности межкультурной коммуникации; основные достижения в области литературы и искусства. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
	Умеет	учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Владеет	навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры
ОПК-4 – способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает	основные запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	Умеет	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Владеет	навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере
ОПК-7 – способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знает	принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
	Умеет	осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
	Владеет	способностью учитывать последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности, проводить антикризисные мероприятия

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Социальные аспекты рекламной деятельности» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем

и студентами, между самими студентами: лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, доклады-презентации студентов, решение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Основы теории коммуникации»

Дисциплина «Основы теории коммуникации» предназначена для студентов первого курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» обязательная часть – Б1.О.14. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (18 часов, в том числе 18 интерактивных часов), а также самостоятельную работу студентов (36 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 1-ом семестре зачёт.

Дисциплина «Основы теории коммуникации» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «Основы теории коммуникации», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и универсальных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Цели освоения дисциплины «Основы теории коммуникации»: изучить основы теории коммуникаций, позволяющих сформировать современные научные представления о роли коммуникаций в развитии общества, социальных групп и личности; сформировать системное представление о разнообразии видов коммуникации, теоретических представлений в исторической ретроспективе и научных представлений о коммуникациях, соответствующих современному уровню коммуникативистики.

Задачи:

- сформировать научные представления о сущности коммуникаций общества как сложной самоорганизующейся системе для дальнейшей реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в профессиональной деятельности;

- благодаря освоению теоретических знаний о правилах эффективной коммуникаций, сформировать готовность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

- сформировать теоретические и практические навыки деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках;

- освоить научно-обоснованные представления о конструировании и прогнозировании запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности;

- сформировать способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Основы теории коммуникации» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

– способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знает	основные нормы современного русского литературного языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; основные грамматические нормы изучаемого иностранного языка; обладает достаточным словарным запасом.
	Умеет	грамотно, логически верно и аргументированно излагать свои мысли в процессе речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; общаться на бытовые и профессиональные темы на изучаемом иностранном языке в устной и письменной форме; читать, переводить и реферировать литературу по своей специальности со словарем и без него; понимать речь изучаемого иностранного языка на слух.
	Владеет	навыками логичного и грамотного речевого взаимодействия в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; основами грамматических норм изучаемого иностранного языка; достаточным словарным запасом; основными приемами

		общения.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает	основные запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
	Умеет	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Владеет	навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы теории коммуникации» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Проектная деятельность

Аннотация дисциплины «Разработка и технологии производства рекламного продукта»

Дисциплина «Разработка и технологии производства рекламного продукта» предназначена для студентов второго курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» обязательная часть – Б1.О.15.01. Рабочая программа составлена в соответствии в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов) и практические занятия (36 часов, в том числе 18 интерактивных часов), а также самостоятельную работу студентов (36 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 6-ом семестре зачет и курсовую работу.

Дисциплина «Разработка и технологии производства рекламного продукта» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «Разработка и технологии производства рекламного продукта», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций

обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Целью курса является формирование системного комплекса знаний в сфере массовой коммуникации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Разработка и технологии производства рекламного продукта» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- знать технологии и этапы создания рекламного продукта;
- уметь координировать систему внешних коммуникаций, - с заказчиками, целевыми аудиториями, собственниками носителей рекламы, конкурентами;
- уметь организовать внутренний и внешний коммуникационный аудит проектируемого рекламного продукта;
- уметь разрабатывать и подготавливать к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- владеть навыками в разработке традиционных ситуационных и креативных концепций рекламного продукта, оценки качества и эффективности разработки рекламных продуктов.

Для успешного изучения дисциплины «Разработка и технологии производства рекламного продукта» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

– способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	как выявить проблему, осуществлять поиск информации и интерпретировать ее для решения поставленных задач
	Умеет	сравнивать возможные варианты решения, оценивать их преимущества и недостатки, формулировать собственную позицию в рамках поставленной задачи.
	Владеет	навыками использования поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач; способностью формировать собственное мнение, аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знает	современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
	Умеет	определять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
	Владеет	навыками применения современных цифровых устройств, технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных	Знает	современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий

кампаний, проектов и мероприятий	Умеет	осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	Владеет	приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампании и мероприятий, в т.ч.внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-3 Формирование и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	Знает	основы менеджмента; управление проектами; функционирование поисковых систем; основы предпринимательской деятельности; основы маркетинга; основы бюджетирования маркетинговой деятельности
	Умеет	бюджетировать реализацию стратегии продвижения; обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
	Владеет	навыками оценки финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	Умеет	разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта

	Владеет	навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта
--	---------	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Разработка и технологии производства рекламного продукта» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» предназначена для студентов третьего курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку Б1 «Дисциплины» обязательная часть – Б1.О.15.02. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (18 часов, в том числе 18 интерактивных часов), а также самостоятельную работу студентов (36 часов), контроль достижений 36 часов. На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 6 семестре экзамен.

Дисциплина «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены

на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Курс состоит из двух разделов.

Целью раздела «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» является ознакомление студентов с основными теоретическими и практическими основами психологии рекламы.

Целью раздела «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» является ознакомление с психологическими методами изучения функционирования института СМК в современном социуме.

Целью курса является формирование системного комплекса знаний в сфере массовой коммуникации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- сформировать способности использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) и (или) коммуникационных продуктов;
- сформировать способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;
- сформировать способности участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- сформировать способности обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта;
- сформировать способности осуществлять авторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями для разных типов СМИ и других медиа;
- сформировать способности осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Для успешного изучения дисциплины «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) и (или) коммуникационных продуктов	Знает	особенности межкультурной коммуникации; основные достижения в области литературы и искусства. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
	Умеет	учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	Владеет	навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает	основные запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

	Умеет	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Владеет	навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере.
ПК-1 способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает	современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
	Владеет	приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-3 Формирование и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	Знает	основы менеджмента; управление проектами; функционирование поисковых систем; основы предпринимательской деятельности; основы маркетинга; основы бюджетирования маркетинговой деятельности
	Умеет	бюджетировать реализацию стратегии продвижения; обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
	Владеет	навыками оценки финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
ПК-4 Способен осуществлять авторскую	Знает	основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах;

<p>деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями для разных типов СМИ и других медиа</p>		приемы и модели рекламного и PR-текста
	Умеет	коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
	Владеет	навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
<p>ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	Знает	понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	Умеет	разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта
	Владеет	навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Теоретические аспекты интернет-маркетинга»

Дисциплина «Теоретические аспекты интернет-маркетинга» предназначена для студентов четвертого курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку Б1– Б1.О.16. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017 г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачет. ед., 108 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (36 часов), а также самостоятельную работу студентов (27 час), контроль самостоятельной работы (27 час.) На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 7 семестре экзамен.

Дисциплина «Теоретические аспекты интернет-маркетинга» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Профессиональные коммуникации в сети Интернет».

Курс «Теоретические аспекты интернет-маркетинга», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Целью курса является формирование системного комплекса знаний о теоретических аспектах интернет-маркетинга. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Теоретические аспекты интернет-маркетинга» сосредотачивается на актуальных проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- дать студенту основные знания по актуальным проблемам рекламных коммуникаций в интернет-сфере;
- сформировать у студентов язык профессионального общения через освоение понятий и терминов в сфере рекламных и PR-коммуникаций в Интернете;
- сформировать у студентов навыки практического применения полученных знаний для решения задач в сфере интернет-маркетинга;
- дать системный комплекс знаний об особенностях реализации рекламных коммуникаций в интернет-маркетинге.

Для успешного изучения дисциплины «Теоретические аспекты интернет-маркетинга» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код формулировка компетенции	и Этапы формирования компетенции
---	---

ОПК-4 – способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает	основные запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	Умеет	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Владеет	навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере
ОПК-6 – способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знает	современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
	Умеет	определять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
	Владеет	навыками применения современных цифровых устройств, технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7 – способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знает	принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
	Умеет	осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
	Владеет	способностью учитывать последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности, проводить антикризисные мероприятия

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Теоретические аспекты интернет-маркетинга» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, доклады-презентации студентов, решение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Теоретические основы сценарного мастерства»

Дисциплина «Теоретические основы сценарного мастерства» предназначена для студентов 2-го семестра первого курса обучения по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к обязательной части дисциплин - Б1.О.17.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студента (27 часов), контроль 27 часов, написание курсовой работы.

Связь курса с другими дисциплинами. Дисциплина предполагает профессиональное освоение таких дисциплин как «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Создание и литературное редактирование рекламного текста».

Создать качественный сценарий театрализованного представления или праздника сценаристу удаётся лишь при наличии сценарной культуры.. Сценарная культура как художественно-педагогическое явление представляет собой «комплекс специальных теоретических знаний и практических навыков интеграционного характера, необходимых для профессионально-художественного регулирования воспитательных процессов в обществе». Таким образом, в основе сценарной культуры режиссёров театрализованных представлений и праздников лежит комплекс профессиональных характеристик личности режиссёра, обусловленных «спецификой сценарно-режиссёрского творчества, исторически сложившегося под влиянием интеграции тенденций системы искусств».

Изучение дисциплины предполагает освещение следующих тем: характеристика становления сценарной культуры: историко-графический

аспект; массовые праздники: драматургический аспект; сценарная культура режиссеров театрализованных представлений и праздников; инсценирование художественного материала; первый этап работы над сценарием: формулирование проблемы; перевод поэтического, прозаического текста на язык сценического действия; инсценирование документального материала; второй и третий этапы работы над сценарием: определение сверхзадачи, разработка сценических заданий блоков, эпизодов и т.д.; художественное осмысление факта, документа; драматургия номера; четвертый этап работы над сценарием: разработка замысла сценария, блоков, эпизодов, нахождение формы, жанра представления, сцен.реж. хода; виды номеров: принципы драматургического построения номера; драматургическое построение эпизода театрализованного представления, праздника и других.

В результате изучения дисциплины «Теоретические основы сценарного мастерства» студенты должны овладеть следующими компетенциями:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-2 способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает	круг задач в рамках поставленной цели, теоретические основы принятия организационных решений, правовые нормы, регулирующие профессиональную сферу
	Умеет	определять круг задач в рамках поставленной цели, использовать теоретические основы принятия организационных решений; анализировать правовые нормы, регулирующие профессиональную сферу
	Владеет	умениями выбора оптимальных способов решения поставленных задач для достижения целей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
ОПК-1 способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и	Знает	актуальные тенденции в профессиональной сфере; нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем
	Умеет	создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	Владеет	навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-3 способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знает	произведения отечественной и мировой культуры
	Умеет	использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	Владеет	навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины применяются следующие методы активного обучения и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: дискуссия, деловые игры, решение практических задач, проект.

Аннотация дисциплины «Медиаправо»

Рабочая программа дисциплины «Медиаправо» разработана для студентов 1 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки «Реклама и связи с общественностью»..

Дисциплина «Медиаправо» входит в обязательную часть дисциплин учебного плана, общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студента (54 час.), в том числе на подготовку к экзамену 27 час.

Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: ключевые понятия, цели и задачи права в сфере журналистики и массовых коммуникаций, основные нормативные правовые акты, используемые в журналистской работе и работе коммуникативистов, особенности контрольной и надзорной деятельности в данной сфере.

Цель изучения дисциплины - развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно выстраивать коммуникации в области журналистики и контакты со СМИ с учетом требований современного рекламного законодательства, знаний об основах правовой системы, видах ответственности и принципах правового поведения в профессиональной сфере и гражданском обществе.

В процессе изучения данной дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- планирование и организация системы коммуникаций в медиаотрасли, проведение мероприятий в профессиональной сфере с учетом требований современного российского законодательства;

- изучение основ российского рекламного и медийного законодательства и его требований применительно к задачам профессиональной деятельности;

- понимание принципов и методов работы контролирующих и надзорных органов в профессиональной сфере, изучение основ взаимодействия с надзорными, контролируемыми и правоохранительными органами;

- анализ и интерпретация первичной и вторичной информации в сфере журналистики с точки зрения правовых требований.

- изучение основных нормативных правовых актов, касающихся рекламной и информационной деятельности.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	Умеет	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

	Владеет	основными методами и навыками проведения анализа и определения тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знает	принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
	Умеет	осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
	Владеет	способностью учитывать последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Медиаправо» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации»

Дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации» предназначена для студентов 2 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» обязательная часть – Б1.О.19. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (36 часов), а также самостоятельную работу студентов (54 часа), контроль достижений (0 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 3 семестре зачет.

Дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Коммуникационный менеджмент».

Курс «Интегрированные маркетинговые коммуникации», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Целью курса является ознакомление студентов с интегрированными маркетинговыми коммуникациями, как системой эффективного продвижения в рамках коммуникационных кампаний. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Интегрированные маркетинговые коммуникации» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

1. Достижение понимания происходящих в современном информационном рынке процессов;
2. Выработка умения выбирать наиболее эффективные для достижения поставленной цели коммуникационные технологии;
3. Умение спланировать коммуникационную кампанию на основе концепции интегрированных коммуникаций.

Для успешного изучения дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты	Знает	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Умеет	осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых.
	Владеет	навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает	основные запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
	Умеет	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	Владеет	навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере.
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
	Умеет	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
	Владеет	основными методами и навыками проведения анализа и определения тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации» применяются следующие методы активного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Сторителлинг в интегрированных коммуникациях»

Дисциплина «Сторителлинг в интегрированных коммуникациях» относится к обязательной части (раздел «Дисциплины») учебного плана направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512).

Дисциплина «Сторителлинг в интегрированных коммуникациях» реализуется на 2 курсе очной формы обучения в 3 семестре.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 144 ч (4 зачетные единицы). Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов) и практические занятия (36 ч.), самостоятельная работа студента в объеме 45 ч. В качестве формы отчетности по дисциплине предусмотрен экзамен. Подготовка - 27 часов.

Дисциплина «Сторителлинг в интегрированных коммуникациях» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Digital-технологии в медиаотрасли», «Продюсирование и организация производства современного медиаконтента», «Создание мультимедийного ресурса», «Реклама в медиаотрасли», «Система средств массовой информации», «Современные российские средства массовой информации».

Целью изучения дисциплины «Сторителлинг в интегрированных коммуникациях» является развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно выстраивать коммуникации в общественной, экономической, политической сферах через мультимедийный продукт, созданный для определенной аудитории и определенного заказчика информации.

Задачи дисциплины:

- владеть теоретическими и практическими знаниями о подходах, сформированных для продвижения традиционных СМИ и современных каналов массовой коммуникации;
- знать основные принципы создания контента для печатных СМИ, телевизионных каналов, радиопередач (в том числе в контексте подкастов), интернет-площадок, социальных сетей, интернет-мессенджеров;
- обладать способами изучения аудитории современных СМК, факторы, определяющие информационные зоны взаимодействия - воздействия со стороны аудитории и СМК;
- проводить анализ влияния на аудиторию информации, размещаемой на различных информационных площадках;
- понимать принципы отбора новостей, роль и значение лидерства в коммуникативном процессе;
- обладать практическими навыками для создания информационного, видео, аудиоконтента для мультимедийного продукта и размещения его в интернет-сети.

Для успешного изучения дисциплины «Сторителлинг в интегрированных коммуникациях» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

Изучение дисциплины «Сторителлинг в интегрированных коммуникациях» у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знает	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	Умеет	осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых
	Владеет	навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает	основные запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	Умеет	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Владеет	навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции	Знает	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на

развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирующих		глобальном, национальном и региональном уровнях
	Умеет	Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
	Владеет	Владеет основными методами и навыками проведения анализа и определения тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Стратегический менеджмент в интегрированных коммуникациях» применяется ряд методов активного обучения и интерактивных взаимодействий, включающих: лекцию-беседу, лекцию-дискуссию, групповые дискуссии, семинар - разбор кейс-задач, семинар – презентация мультимедийных продуктов и мультимедийных историй, деловые игры.

Курс состоит из двух разделов. Раздел 1. «Интегрированные массовые коммуникации в современном обществе». Раздел 2. «Классические и инновационные способы создания и распространения медиапродукта, а также его информационного, иллюстративного, аудио, видеосодержания».

Аннотация дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» предназначена для студентов 3 курса, 5 семестра очной формы обучения в соответствии с требованиями стандарта по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью».

«Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» входит в обязательную часть блока «Дисциплины» (Б1.О.21). Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (36 часов) и самостоятельная работа студента (54 часа). Форма контроля – экзамен.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: общие сведения о системном подходе к менеджменту, основные функции менеджмента, суть функций менеджмента в книжном бизнесе. В рамках курса рассматриваются практические примеры использования планирования, организации, мотивации, руководства и контроля с точки зрения менеджмента. Подробно рассмотрены основные аспекты организации и управления в сфере рекламы и связей с общественностью.

Целью освоения дисциплины является формирование у будущих специалистов по рекламе и PR понимания общих закономерностей и принципов управления в сфере рекламы и связей с общественностью как одного из средств массовой коммуникации, обеспечивающей эффективное управление коммуникациями организации.

Для достижения поставленной цели выделяются следующие задачи курса:

- Формирование знаний, умений и навыков подготовки и принятия стратегических управленческих решений на корпоративном уровне.
- Формирование знаний, умений и навыков подготовки принятия управленческих решений по выбору целевых рынков и позиционированию.

- Формирование знаний, умений и навыков организации управленческой деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Для успешного изучения дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность усваивать лекционный материал;
- способность логически мыслить;
- умение формулировать и четко излагать мнение по заданной теме.

В результате изучения дисциплины студенты должны овладеть следующими компетенциями:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-2 способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает	круг задач в рамках поставленной цели, теоретические основы принятия организационных решений, правовые нормы, регулирующие профессиональную сферу
	Умеет	определять круг задач в рамках поставленной цели, использовать теоретические основы принятия организационных решений; анализировать правовые нормы, регулирующие профессиональную сферу
	Владеет	умениями выбора оптимальных способов решения поставленных задач для достижения целей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3 способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные способы и приемы взаимодействия в команде
	Умеет	осуществлять поиск источников для решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и коммуникационной культуры
	Владеет	навыками решения стандартных профессиональных задач в команде
УК-5 способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом,	Знает	историю развития основных направлений человеческой мысли.
	Умеет	владеть навыками участия в научных дискуссиях, выступать с сообщениями и докладами, устного, письменного и

этическом и философском контекстах		виртуального (размещение в информационных сетях) представления материалов собственного исследования.
	Владеет	культурой мышления; способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке целей и выбору путей их достижения.
ОПК-2 способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает	требования российского законодательства к медийному контенту
	Умеет	проводить анализ соответствия текстов для СМИ требованиям закона «О СМИ» и «О рекламе» и иных профильных нормативных правовых актов
	Владеет	принципами редактирования текстов для медиа в соответствии с требованиями действующего медийного законодательства
ОПК-5 способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает	о социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностях представителей тех или иных социальных общностей;
	Умеет	работая в коллективе, учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия;
	Владеет	в процессе работы в коллективе владеет этическими нормами, касающимися социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; способами и приемами предотвращения возможных конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины применяются следующие методы активного обучения и интерактивного взаимодействия:

- творческие задания;
- деловые игры.

Аннотация дисциплины «Коммуникационные технологии позиционирования»

Дисциплина «Коммуникационные технологии позиционирования» предназначена для студентов третьего курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» обязательная часть – Б1.О.22. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов) и практические занятия (18 часов, в том числе 18 интерактивных часов), а также самостоятельную работу студентов (18 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 5 семестре зачет.

Дисциплина «Коммуникационные технологии позиционирования» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Брендинг», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе», «Защита интеллектуальной собственности в сети Интернет», «Медиаправо».

Курс «Коммуникационные технологии позиционирования», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и универсальных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены

на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Целью курса является формирование системного комплекса знаний в сфере массовой коммуникации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Коммуникационные технологии позиционирования» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- дать студенту основные знания по технологиям позиционирования;
- акцентировать внимание студентов на тех разделах курса, которые связаны с профилем их будущей профессии: сформировать у студентов язык профессионального общения через освоение понятий и терминов в сфере рекламных и PR-коммуникаций;
- сформировать способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);
- сформировать способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;
- сформировать способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;
- сформировать способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Для успешного изучения дисциплины «Коммуникационные технологии позиционирования» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;

– способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

– способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знает	основные нормы современного русского литературного языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; основные грамматические нормы изучаемого иностранного языка; обладает достаточным словарным запасом.
	Умеет	грамотно, логически верно и аргументированно излагать свои мысли в процессе речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; общаться на бытовые и профессиональные темы на изучаемом иностранном языке в устной и письменной форме; читать, переводить и реферировать литературу по своей специальности со словарем и без него; понимать речь изучаемого иностранного языка на слух.
	Владеет	навыками логичного и грамотного речевого взаимодействия в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; основами грамматических норм изучаемого иностранного языка; достаточным словарным запасом; основными приемами общения.
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или)	Знает	систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	Умеет	учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или

медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах		коммуникационных продуктов.
	Владеет	навыками редактирования текстов для медиа в соответствии с требованиями действующего медийного законодательства
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	Умеет	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
	Владеет	основными методами и навыками проведения анализа и определения тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Коммуникационные технологии позиционирования» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях»

Дисциплина «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» предназначена для студентов четвёртого курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» обязательная часть – Б1.О.23. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов) и практические занятия (36 часов, в том числе 18 интерактивных часов), а также самостоятельную работу студентов (36 часов), контроль достижений 36 часов. На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 7-ом семестре экзамен и курсовую работу.

Дисциплина «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены

на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Цель: освоить знания, навыки и компетенции дисциплины «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» в различных сферах жизнедеятельности общества и в различных условиях коммуникации на этапах прогнозирования, профилактики кризисных ситуациях, реагирования и управления коммуникациями организации в период кризиса, а также управления коммуникациями организации в пост-кризисный период.

Задачи:

- сформировать способности осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

- сформировать способности определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

- сформировать способности осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

- сформировать способности учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

- сформировать способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

– способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	как выявить проблему, осуществлять поиск информации и интерпретировать ее для решения поставленных задач
	Умеет	сравнивать возможные варианты решения, оценивать их преимущества и недостатки, формулировать собственную позицию в рамках поставленной задачи.
	Владеет	навыками использования поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач; способностью формировать собственное мнение, аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает	методы представления и описания результатов проектной деятельности; методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
	Умеет	обосновывать практическую и теоретическую значимость полученных результатов; проверять и анализировать проектную документацию; прогнозировать развитие процессов в проектной профессиональной области; выдвигать идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации проекта; анализировать проектную документацию; рассчитывать сроки выполнения проектной работы, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

	Владеет	управлением проектами в области, соответствующей профессиональной деятельности; распределением заданий и побуждением других к достижению целей; участием в разработке технического задания проекта, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает	систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	Умеет	учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
	Владеет	навыками редактирования текстов для медиа в соответствии с требованиями действующего медийного законодательства
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает	основные запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
	Умеет	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Владеет	навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между

преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Введение в коммуникационные специальности»

Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» предназначена для студентов 1 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» обязательная часть – Б1.О.24. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель: изучить особенности и функции специалистов разных направлений деятельности в области рекламы и связей с общественностью, научиться грамотно планировать коммуникацию с каждым представителем отрасли.

Задачи: изучить особенности и функции специальностей в области рекламного бизнеса, научиться оценивать их значимость; изучить особенности и функции специальностей в области связей с общественностью, научиться оценивать их значимость; изучить специфические термины рекламы и связей с общественностью, входящие в лексикон каждой коммуникационной специальности; научиться строить коммуникацию с представителями каждой профессии.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их

достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p> <p>ОПК-2.3. Владеет навыками редактирования текстов для медиа в соответствии с требованиями действующего медийного законодательства</p>
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>ОПК-3.1. Знает особенности межкультурной коммуникации; основные достижения в области литературы и искусства. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2. Умеет учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p>ОПК-3.3. Владеет навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры</p>

<p>Аудитория</p>	<p>ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1. Знает основные запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.</p> <p>ОПК-4.2 Умеет использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-4.3. Владеет навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере.</p>
------------------	---	---

Аннотация дисциплины «Инфографика и техника визуализации рекламного текста»

Дисциплина «Инфографика и техника визуализации рекламного текста» разработана для направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» программа бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студента (36 часа). Реализуется на 2 курсе в 4 семестре, заканчивается зачетом.

Цель: обеспечить формирование компетенций и индивидуального творческого стиля в сфере визуальной репрезентации информации различных типов для создания эффективных медийных продуктов.

Задачи: ознакомление студентов с идеологией и технологией работы в области компьютерного медиадизайна;

овладение практическими навыками использования графических редакторов в профессиональной деятельности;

овладение практическими навыками производства компьютерных медиапродуктов (дизайн-макетов, инфографики).

В результате изучения дисциплины «Инфографика и техника визуализации рекламного текста» студенты должны овладеть следующими компетенциями:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знает	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	Умеет	осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых

	Владеет	навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает	основные запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
	Умеет	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Владеет	навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере.
ОПК-6. способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знает	современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
	Умеет	применять современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной сфере
	Владеет	навыками создания актуального профессионального продукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Инфографика и техника визуализации рекламного текста» применяются следующие методы активного обучения и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: решение практических задач, проект.

Аннотация дисциплины «Современный медиатекст»

Рабочая программа дисциплины «Современный медиатекст» разработана для студентов 2 и 3 курсов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Дисциплина «Современный медиатекст» входит в обязательную часть дисциплин учебного плана, общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (54 часа), практические занятия (108 часов), самостоятельная работа студента (162 часа).

Дисциплина реализуется на 2 и 3 курсе в 3, 4, 5 семестрах.

Дисциплина «Современный медиатекст» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Современный русский язык», «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Сторителлинг в интегрированных коммуникациях».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: медиатекст как объект современного российского медиадискурса; понятия и категории медиатекста; типология современных медиатекстов и их компонентов, особенности работы журналиста с медиатекстами разных жанров.

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов системного представления о медиатексте как объекте современного российского медиадискурса; овладение понятиями и категориями медиатекста; знакомство с типологией современных медиатекстов и их компонентов.

В процессе изучения данной дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- знать основные составляющие и виды медиатекста;
- уметь характеризовать медиатексты различных жанров;

- владеть навыками создания медиатекстов различных жанров.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знает	основные нормы современного русского литературного языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; основные грамматические нормы изучаемого иностранного языка; обладает достаточным словарным запасом.
	Умеет	грамотно, логически верно и аргументированно излагать свои мысли в процессе речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; общаться на бытовые и профессиональные темы на изучаемом иностранном языке в устной и письменной форме; читать, переводить и реферировать литературу по своей специальности со словарем и без него; понимать речь изучаемого иностранного языка на слух.
	Владеет	навыками логичного и грамотного речевого взаимодействия в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; основами грамматических норм изучаемого иностранного языка; достаточным словарным запасом; основными приемами общения.
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков,	Знает	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	Умеет	осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных

особенностями иных знаковых систем		жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых
	Владеет	навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Аннотация дисциплины «Социология журналистики и массовых коммуникаций»

Рабочая программа дисциплины «Социология журналистики и массовых коммуникаций» разработана для студентов 2 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Дисциплина «Социология журналистики и массовых коммуникаций» входит в обязательную часть дисциплин учебного плана, общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (27 час.).

Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Социология журналистики и массовых коммуникаций» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Современный медиатекст», «Сторителлинг в интегрированных коммуникациях», «Основы теории коммуникации».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: ключевые понятия, цели и задачи социологии журналистики и массовых коммуникаций, основные теории, описывающие влияние медиа на общество, методы социологических исследований, используемых в журналистской работе и работе коммуникативистов .

Цель изучения дисциплины – изучение функционирования института медиа в современном социуме, ознакомление с социологическими методами исследования результатов влияния медиа на общество, формирование системного комплекса знаний о сфере массовой коммуникации.

В процессе изучения данной дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

1. формирование представления о массовой коммуникации как социальном институте;
2. получение системного комплекса знаний об информационной индустрии как социальном институте;
3. изучение влияния медиа на индивида, социум, общественное мнение;
4. изучение социологических исследований в области функционирования института медиа.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные и общепрофессиональные компетенции:

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

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

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

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

Аннотация дисциплины «Лингвистическая безопасность медиакоммуникаций»

Рабочая программа дисциплины «Лингвистическая безопасность медиакоммуникаций» разработана для студентов 2 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, всего 216 академических часов. Учебным планом предусмотрены лекции – 36 часов, практические занятия – 72 часа, самостоятельная работа студентов – 81 час. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 и 4 семестрах.

Дисциплина «Лингвистическая безопасность медиакоммуникаций» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Современный русский язык», «Современный медиатекст».

При изучении данной дисциплины необходимо опираться на следующие уже изученные дисциплины: «Риторика и академическое письмо», «Логика», «Современный русский язык».

Цель освоения дисциплины «Лингвистическая безопасность медиакоммуникаций» – развитие у студентов компетенций, позволяющих приобрести и использовать знания, умения и навыки профессиональной работы для осуществления эффективной деловой коммуникации, а также для предупреждения рисков конфликтности в сфере авторской деятельности в медиакоммуникации.

Для достижения этой цели предполагается решить следующие задачи:

- изучить принципы и методы эффективной деловой коммуникации в устной и письменной формах;

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

Изучение дисциплины «Лингвистическая безопасность медиакоммуникаций» обеспечивает формирование следующих универсальных и общепрофессиональных компетенций журналиста по применению знаний, умений и навыков для успешной деятельности в медиасфере.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знает	основные нормы современного русского литературного языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; основные грамматические нормы изучаемого иностранного языка; обладает достаточным словарным запасом.
	Умеет	грамотно, логически верно и аргументированно излагать свои мысли в процессе речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; общаться на бытовые и профессиональные темы на изучаемом иностранном языке в устной и письменной форме; читать, переводить и реферировать литературу по своей специальности со словарем и без него; понимать речь изучаемого иностранного языка на слух.
	Владеет	навыками логичного и грамотного речевого взаимодействия в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; основами грамматических норм изучаемого иностранного языка; достаточным словарным запасом; основными приемами общения.
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с	Знает	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	Умеет	осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных

нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем		коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых
	Владеет	навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	Умеет	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
	Владеет	основными методами и навыками проведения анализа и определения тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Аннотации дисциплин Блока 1 Дисциплины (модули) по выбору Современные направления и проблематика гуманитарных наук

Аннотация дисциплины «Психология общения и социального взаимодействия»

Дисциплина «Психология общения и социального взаимодействия» для обучающихся 3 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью». Трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 ч.

Дисциплина «Психология общения и социального взаимодействия» входит в обязательную часть учебного плана и относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов) и самостоятельная работа студента (36 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре. Форма контроля – зачёт.

Основное содержание курса охватывает круг вопросов, связанных со спецификой выделения и психологической характеристикой различных социальных групп и особенностей динамических процессов в малой группе. Рассматриваются основные зарубежные и отечественные концепции и теории социального функционирования малых групп. Также представлены этапы формирования команды и коллектива. В данном учебном курсе особенности лидерства как социально-психологического феномена, а также организационной деятельности в коллективах. Особенность курса «Психология общения и социального взаимодействия» состоит в том, чтобы дать студентам комплексно-теоретические и практические знания и сформировать их компетенции в сфере понимания специфики психологии малых групп, лидерства и организационного поведения, поскольку они являются важными для подготовки бакалавра-конфликтолога.

Цель изучения дисциплины «Психология общения и социального взаимодействия» заключается в научном ориентировании студентов по проблемам социальной динамики малых групп и специфики управления организационными процессами в социальных коллективах, имеющими особую значимость для деятельности бакалавров в области конфликтологии в межкультурной коммуникации.

Задачи:

- создать условия для усвоения бакалаврами систематизированных знаний об особенностях социально-психологической динамики групповых процессов, об основных этапах функционирования коллектива, о специфике социальных конфликтах в малых группах;
- рассмотреть общие вопросы социально-психологического функционирования групп и социальных взаимодействий личности в группе;
- познакомить с различными зарубежными и отечественными теориями и концепциями социально-психологических особенностей функционирования малых групп;
- сформировать представление об основных этапах формирования команды и коллектива;
- сформировать умения и компетенции по проблемам диагностики и коррекции различных социально-психологических явлений в малой группе.

Для успешного изучения дисциплины «Психология общения и социального взаимодействия» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность обосновать научную картину мира на основе знаний о современном состоянии естественных, философских и социально-гуманитарных наук;
- способность анализировать социально-значимые процессы и проблемы, использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Психология общения и социального взаимодействия» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: проблемная лекция, круглый стол (дискуссия), интерактивная форма обучения по группам в форме модели позиционного обучения Н. Е. Вераксы, методы эмпирического обучения, применение ассоциативного метода из ТРИЗ-педагогике.

Аннотация дисциплины «Управление конфликтами в организациях»

Рабочая учебная программа дисциплины «Управление конфликтами в организациях» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы / 72 часа. Учебным планом предусмотрено 36 часов аудиторных занятий (18 час. лекций, 18 час. практика), из них 12 часов в интерактивной форме, 36 час. самостоятельной работы студента. Форма промежуточной аттестации – зачёт. Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Управление конфликтами в организациях» реализуется для направлений неконфликтологического профиля наряду со следующими курсами: «Психология», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Внутренние коммуникации в организации», «Коммуникационные технологии позиционирования».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: основные подходы к объяснению источников и причин конфликтов в организациях; типология конфликтов в организациях; методы исследования организационно-управленческих конфликтов; методы и социальные технологии управления конфликтами в организациях.

Целью преподавания дисциплины является формирование у студентов знаний и навыков эффективных действий в конфликтных ситуациях, обучение средствам и методам управления и разрешения конфликтов в организациях.

Задачи реализации дисциплины:

– сформировать у студентов представление о месте и роли организационной конфликтологии в системе управленческих наук, ее объекте и предмете, целях и задачах;

– способствовать освоению категориального аппарата дисциплины, знаний о типах конфликтов в организационно-управленческой сфере, их причинах, а также о способах управления и профилактики конфликтов в организациях;

– научить студента применять полученные знания на практике.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде

Аннотация дисциплины «Историческая антропология»

Рабочая программа дисциплины «Историческая антропология» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 час.), практические занятия (18 час.), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Историческая антропология» логически и содержательно связана с такими курсами, как «История», «Этнокультурная история Дальнего Востока России», «Социокультурная антропология стран АТР».

Содержание дисциплины предусматривает ознакомление с историей формирования антропологически ориентированных направлений исторических исследований от ранних форм (история ментальностей) до более поздних (микроистория, история повседневности, новая культурная история). Отдельное внимание уделяется специфике национальных школ исторической антропологии (Франции, Италии, Германии, США, Великобритании), а также проблемам становления антропологически ориентированной исторической науки в России.

Цель изучения дисциплины – формирование представлений о самостоятельном научном направлении в исторической науке, имеющем междисциплинарный характер – исторической антропологии.

В процессе изучения данной дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

– сформировать знания об этапах становления исторической антропологии, подходах к определению предметной области данного направления в различных научных традициях;

– сформировать умение определять круг научных проблем, решение которых возможно в рамках подходов, существующих в исторической антропологии.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде

Аннотация дисциплины «Психология творчества и интеллекта»

Дисциплина «Психология творчества и интеллекта» разработана для студентов 3 курса, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью». Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Дисциплина «Психология творчества и интеллекта» входит в вариативную часть и относится к дисциплинам выбора (Б1.О.ДВ.02.02).

Дисциплина «Психология творчества и интеллекта» имеет логическую и содержательную взаимосвязь с дисциплинами «Психология» и др.

Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов, в том числе с применением МАО 6 час.), практические занятия (18 часов, в том числе с применением МАО 10 час.), самостоятельная работа студента (36 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре. Форма контроля – зачет.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с ознакомлением с основными областями исследований интеллекта, структурой и видами интеллекта, социальным и эмоциональным интеллектом, ролью интеллекта в социуме; общим представлением о креативности, основными подходами к её определению, описанию и исследованию, диагностикой креативности, стимуляцией креативности и методами развития креативности, развитием способности к нешаблонному мышлению.

Освоение психологии творчества и интеллекта позволит студентам конфликтологам тренировать свою креативность и как будущим профессионалам пополнить репертуар методов профессиональной помощи в рамках как индивидуальной, так и групповой работы.

Цель дисциплины – знакомство с теоретическими основами исследований в области психологии интеллекта и творчества; рассмотрение

наиболее популярных методов развития и стимуляции творчества, а также диагностики креативности.

Задачи:

- познакомить студентов с современными представлениями о мышлении и интеллекте.
- освоить общесистемный подход к творчеству,
- познакомить студентов с основными методами диагностики и развития креативности,
- сформировать фундамент для дальнейшего творческого поиска средств и способов повышения эффективности профессиональной деятельности студентов,
- развить творческий подход к делу и потребность в саморазвитии.

Для успешного изучения дисциплины «Психология творчества и интеллекта» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности,

способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Психология творчества и интеллекта» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: мозговой штурм, ТРИЗ, семинар-дискуссия, лекция-беседа.

Аннотация дисциплины «Медиация как способ урегулирования конфликтов»

Рабочая учебная программа дисциплины «Медиация как способ урегулирования конфликтов» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы / 72 часа. Учебным планом предусмотрено 36 часов аудиторных занятий (18 час. лекций, 18 час. практика), из них 12 часов в интерактивной форме, 36 час. самостоятельной работы студента. Форма промежуточной аттестации – зачёт. Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина медиация как способ урегулирования конфликтов реализуется для направлений неконфликтологического профиля наряду со следующими курсами: «Психология», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Внутренние коммуникации в организации», «Коммуникационные технологии позиционирования».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: предпосылки развития альтернативного разрешения споров в России; организация и ведение досудебных примирительных процедур, претензионной работы; международная практика развития примирительных процедур; понятие и виды частных альтернативных примирительных процедур; посредничество и медиация; переговоры и комбинированные процедуры как самостоятельное средство урегулирования споров; подготовка к переговорам; порядок ведения переговорного процесса; мировое соглашение в гражданском и арбитражном процессе.

Целью реализации дисциплины является получение студентами представлений о медиации как одном из альтернативных способов решения конфликтных ситуаций, её особенностях, сферах применения.

Задачи:

– способствовать формированию готовности к использованию существующих технологий проведения медиации в урегулировании конфликтов,

– сформировать способность разбираться в общей технологии медиативных процедур, техник и приемов достижения компромисса, консенсуса и исключения конфронтации во взаимодействиях между субъектами и различными объединениями людей.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде

Аннотация дисциплины «История Дальнего Востока России»

Рабочая программа дисциплины «История Дальнего Востока России» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «История Дальнего Востока России» логически и содержательно связана с такими курсами, как «История», «Этнокультурная история Дальнего Востока России».

Особое внимание уделяется новейшим достижениям отечественной и зарубежной исторической науки, дискуссионным проблемам региональной истории, роли и месту исторических личностей. Значительное место отводится сравнительно-историческому анализу сложного исторического пути нашей страны, характеристике процесса взаимовлияния Запад–Россия–Восток, выявлению особенностей политического, экономического и социокультурного развития российского Дальнего Востока. Дальний Восток России тесно связан разнообразными связями со своими соседями по Азиатско-Тихоокеанскому региону: Китаем, Кореей, Японией, США. Опыт этого взаимодействия накапливался в течение долгого времени, имея в прошлом и конфликты и их преодоление. Изучение истории взаимоотношений разных народов и культур на Дальнем Востоке важно для конструктивного сотрудничества в настоящем.

Актуальной проблемой в изучении истории является объективное освещение процесса продвижения России на восточные территории в XVII–XVIII вв., характер русской колонизации, складывание восточных границ

российского государства, место и роль Дальнего Востока в социально-политических процессах XX – начала XXI в.

В ходе изучения курса рассматриваются факторы развития истории России, а также особенности развития российского Дальнего Востока. Знание важнейших понятий и фактов российской истории и истории региона даст возможность студентам более уверенно ориентироваться в сложных и многообразных явлениях окружающего нас мира понимать роль и значение истории в жизни человека и общества, влияние истории на социально-политические процессы, происходящие в мире.

Цель изучения дисциплины – изучение с учетом современных подходов и оценок важнейших проблем исторического развития Дальнего Востока России, начиная с конца XVI в. и до начала XXI в.; формирования у студентов целостного представления об истории Дальнего Востока как неразрывной части российской истории.

В процессе изучения данной дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- сформировать у студентов знания по основным событиям и явлениям истории Дальнего Востока России;
- выявить особенности политического, экономического, социокультурного развития Дальнего Востока России на основе анализа общероссийских исторических процессов;
- на примере истории Дальнего Востока России показать необходимость и эффективность использования многофакторного подхода к анализу и оценке событий региональной истории.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации

синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде

Аннотация дисциплины «Психология стресса»

Дисциплина «Психология стресса» разработана для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Дисциплина «Психология стресса» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана (Б1.О.ДВ.03.02).

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с дисциплиной «Психология».

Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов, в т.ч. с МАО – 6 час.), практические занятия (18 часов, в т.ч. с МАО – 6 час.), самостоятельная работа студента (36 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре. Форма контроля – зачет.

Основное содержание курса охватывает круг вопросов, связанных с изучением психологических воззрений на стресс и его природу ведущих зарубежных и отечественных психологов. В методологической части дисциплины освещаются вопросы развития идей и взглядов на феномен стресса, предметного поля дисциплины, представления о факторах развития стресса, основные взгляды на этапы развития стресса, анализируются модели стресса. В рамках изложения практических аспектов, связанных с феноменом стресса, анализируются особенности профессиональных стрессов, методы коррекции стрессов, уделяется особое внимание способам оптимизации уровня стресса как одному из путей, способствующих обеспечению психического здоровья личности. Курс составлен таким образом, чтобы студент смог анализировать различные точки зрения на феномен стресса и умел ориентироваться в литературе по данной проблематике.

Цель курса - ознакомить студентов с основными направлениями современной психологии стресса и с основными подходами к изучению данного феномена в психологии, познакомить с динамикой развития стресса, видами стрессоров и изучить основные типы реагирования личности на стресс.

Задачи курса - познакомить с различными концепциями стресса; научить разграничивать стрессовые и адаптивные реакции; научить анализировать процесс патогенеза стресса.

Для успешного изучения дисциплины «Психология стресса» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность обосновывать научную картину мира на основе знаний о современном состоянии естественных, философских и социально-гуманитарных наук;

— способность анализировать социально-значимые процессы и проблемы, использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Психология стресса» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: лекция-беседа, групповая дискуссия.

Аннотация дисциплины «Конфликты в мультикультурной среде»

Рабочая учебная программа дисциплины «Конфликты в мультикультурной среде» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы / 72 часа. Учебным планом предусмотрено 36 часов аудиторных занятий (18 час. лекций, 18 час. практика), из них 12 часов в интерактивной форме, 36 час. самостоятельной работы студента. Форма промежуточной аттестации – зачёт. Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина конфликты в мультикультурной среде реализуется для направлений неконфликтологического профиля наряду со следующими курсами: «Психология», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Внутренние коммуникации в организации», «Коммуникационные технологии позиционирования».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: межкультурные коммуникации как объект научного интереса; зарождение проблемного поля исследований мультикультурной среды; коммуникация и культура; базовые концепты межкультурной коммуникации; сущность и формы межкультурной коммуникации; взаимосвязь глобальных процессов и межкультурного взаимодействия; методы исследования процесса межкультурной коммуникации.

Цель курса: формирование у студентов целостного представления о сущности и специфике межкультурной коммуникации в мультикультурной среде, развитие у студентов культурной восприимчивости, способности к корректной интерпретации различных видов коммуникативного поведения, в том числе конфликтного.

Задачи курса:

- рассмотреть основные подходы к пониманию межкультурных коммуникаций в мультикультурной среде;
- познакомить студентов с нормами, правилами и стилями межкультурной коммуникации наряду с национальными обычаями представителей различных цивилизаций;
- познакомиться с понятиями «толерантность» и «интолерантность», а также их проявлениями в повседневной жизни;
- выявить особенности различных видов коммуникации при взаимодействии представителей различных культур;
- дать представление о процессе межкультурной коммуникации, разнообразия культурного восприятия мира;
- сформировать навыки и умения эффективного кросскультурного взаимодействия и проявления расовой, национальной, этнической, религиозной толерантности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения

		профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде
--	--	---

Аннотация дисциплины «История стран Дальнего Востока (Япония, Китай, Корея)»

Рабочая программа дисциплины «История стран Дальнего Востока (Япония, Китай, Корея)» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 час.), практические занятия (18 час.), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «История стран Дальнего Востока (Япония, Китай, Корея)» логически и содержательно связана с такими курсами, как «История», «Социокультурная антропология стран АТР», «Коренные народы в АТР: кейс Японии».

Содержание дисциплины предусматривает изучение общих черт и особенностей развития стран Дальнего Востока, ближайших соседей Российской Федерации в АТР – Японии, Китая, Кореи. Освещаются вопросы становления цивилизаций Востока, основные вехи отношений между данными странами и Западом.

Цель изучения дисциплины – формирование представлений об основных этапах и тенденциях исторического развития Китая, Кореи, Японии.

В процессе изучения данной дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- сформировать целостное представление об основных этапах истории Китая;
- сформировать целостное представление об основных этапах истории Кореи;

– сформировать целостное представление об основных этапах истории Японии;

– сформировать умение выявлять общее и особенное в развитии отдельных государств и обществ, выявлять историческую обусловленность современных социальных процессов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде

Аннотация дисциплины «Психологические методы управления групповыми процессами и оценки персонала»

Рабочая программа дисциплины «Психологические методы управления групповыми процессами и оценки персонала» разработана для бакалавров 3 курса, обучающихся по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профилю «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Психологические методы управления групповыми процессами и оценки персонала» входит в обязательную часть блока (Б1.О.ДВ.04.02) и тесно связана с другими дисциплинами: «Психология», «Социология» и другими. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку к одному из основных видов профессиональной деятельности.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часа), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа (36 часов). Форма итогового контроля знаний: зачет.

- Дисциплина состоит из двух разделов. Первый раздел - «Психологические методы управления групповыми процессами» рассматривает вопросы, связанные с управлением групповыми процессами, а именно историю возникновения тренинговых групп и виды тренингов, принципы формирования тренинговой группы, особенности работы с различными видами групп, типы поведения участников в группе, понятие и механизмы групповой динамики, типы тренинговых упражнений и требования к ним.

- Второй раздел – «Психологические методы управления групповыми процессами» дает представление о методах оценки персонала, рассматривает их преимущества и ограничения.

Цель дисциплины: формирование у студентов целостного представления о психологических методах управления групповыми процессами и оценки персонала.

Задачи дисциплины:

- обеспечить формирование системы базовых знаний о теоретических основах групповой работы и оценки персонала;
- сформировать представление студентов о различных формах групповой работы;
- познакомить с технологией разработки тренинговой программы;
- познакомить с многообразием методов оценки персонала, историей их создания и практикой использования;
- показать специфику методов решения профессиональных задач в контексте научной и практической деятельности специалиста;
- познакомить с современными технологиями аттестации и оценки персонала.

Для успешного изучения дисциплины «Психологические методы управления групповыми процессами и оценки персонала» должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, повышению своей квалификации и мастерства.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия

социальное взаимодействие и реализовывать роль в команде	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде

Аннотация дисциплины «Социальные конфликты в современной России»

Рабочая учебная программа дисциплины «Социальные конфликты в современной России» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы / 72 часа. Учебным планом предусмотрено 36 часов аудиторных занятий (18 час. лекций, 18 час. практика), из них 12 часов в интерактивной форме, 36 час. самостоятельной работы студента. Форма промежуточной аттестации – зачёт. Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина социальные конфликты в современной России реализуется для направлений неконфликтологического профиля наряду со следующими курсами: «Психология», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Внутренние коммуникации в организации», «Коммуникационные технологии позиционирования».

Содержание дисциплины включает в себя изложение основных социологических и психологических объяснений возникновения конфликтов в различных сферах социальной жизни, объективной основы их возникновения, типологии, технологий диагностики, анализа, разрешения и предупреждения. Особое внимание уделяется развитию навыков по применению различных способов урегулирования конфликтов.

Целью изучения дисциплины является формирование представлений о социальном конфликте как особой формы противоборства граждан с властями, как результате нарушения прав и гарантий граждан, принадлежащих к тем или иным социальным группам, ущемления их интересов, связанных с указанными характеристиками социальной сферы

Задачи освоения дисциплины:

– дать представление о социальном конфликте, о классических и современных теориях социального конфликта;

– изучить объективную основу возникновения социальных конфликтов в современной России, типологии, элементы и этапы конфликтов разных типов и форм, их функции, роль в процессах групповой динамики и социальных изменениях;

– познакомить со способами урегулирования социальных конфликтов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде

Аннотация дисциплины «Социокультурная антропология стран АТР»

Рабочая программа дисциплины «Социокультурная антропология стран АТР» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Социокультурная антропология стран АТР» логически и содержательно связана с такими курсами, как «История», «Этнокультурная история Дальнего Востока России», «Историческая антропология».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с определением особенностей жизненного мира человека в культурных и социальных реалиях Азиатско-Тихоокеанского региона на примере США, Канады, Китая, Кореи и Японии как в исторической ретроспективе, так и на современном этапе.

Цель изучения дисциплины – формирование представлений о менталитете и культурных особенностях населения крупнейших стран Азиатско-Тихоокеанского Региона (Китай, Республика Корея, Япония, США и Канада).

В процессе изучения данной дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

– познакомить студентов с закономерностями социальной и культурной жизни в Азиатско-Тихоокеанском регионе: спецификой социальных норм, отношения к телу и телесности, особенностями семейно-

брачных отношений, материальной культуры, культуры питания, деловой культуры и др.;

– научить студентов самостоятельно ориентироваться в массиве информации и использовать концептуальный и понятийный аппарат для описания социальной и культурной специфики Азиатско-Тихоокеанского региона;

– научить студентов использовать полученную информацию при решении практических задач межкультурной коммуникации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
	Владеет	навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде

Аннотация дисциплины «Профилактика семейных конфликтов»

Рабочая учебная программа дисциплины «Профилактика семейных конфликтов» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы / 72 часа. Учебным планом предусмотрено 36 часов аудиторных занятий (18 час. лекций, 18 час. практика), из них 12 часов в интерактивной форме, 36 час. самостоятельной работы студента. Форма промежуточной аттестации – зачёт. Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина профилактика семейных конфликтов реализуется для направлений неконфликтологического профиля наряду со следующими курсами: «Психология», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Внутренние коммуникации в организации», «Коммуникационные технологии позиционирования».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: особенности формирования супружеских пар; теории выбора брачного партнера; кризисные периоды в развитии семьи; основные причины развития семейных конфликтов, классификация семей в зависимости от частоты, глубины и остроты конфликтов; детерминанты супружеских конфликтов; особенности конфликтов родителей и детей; конфликты между супругами и родителями одного из супругов; развод как следствие семейного конфликта; конструктивное разрешение конфликта.

Цель изучения дисциплины: сформировать у студентов систему знаний об общих закономерностях формирования, протекания, разрешения и диагностики семейных конфликтов для формирования оптимального микроклимата в семейных и родственных отношениях.

Задачи:

– сформировать у студентов систему основных понятий и закономерностей, связанными с психологическим анализом семейных конфликтов;

– научить студентов разрабатывать адекватную стратегию и тактику поведения в семейной конфликтной ситуации и уметь рационально применять их на практике.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде

Аннотация дисциплины «Этнокультурная история Дальнего Востока России»

Рабочая программа дисциплины «Этнокультурная история Дальнего Востока России» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 час.), практические занятия (18 час.), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Этнокультурная история Дальнего Востока России» логически и содержательно связана с такими курсами, как «История», «Социокультурная антропология стран АТР», «Историческая антропология».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием многонационального населения российского Дальнего Востока. Акцент сделан на времени вхождения территории в состав России в XVII – нач. XX вв. Особое внимание уделено истории и культуре коренных народов региона.

Цель изучения дисциплины – формирование представлений об этапах формирования многонационального, поликультурного общества на Дальнем Востоке, исторически обусловленной специфике культур региона.

В процессе изучения данной дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- сформировать целостное представление о процессе заселения Сибири и Дальнего Востока восточнославянскими переселенцами;
- ознакомить с этническим и этнокультурным своеобразием коренных народов Дальнего Востока России;

– проанализировать особенности взаимовлияния культур аборигенных народов, восточных славян и восточноазиатских народов в дальневосточном регионе.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде

Аннотация дисциплины «Межличностные конфликты»

Рабочая учебная программа дисциплины «Межличностные конфликты» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы / 72 часа. Учебным планом предусмотрено 36 часов аудиторных занятий (18 час. лекций, 18 час. практика), 36 час. самостоятельной работы студента. Форма промежуточной аттестации – зачёт. Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина межличностные конфликты реализуется для направлений неконфликтологического профиля наряду со следующими курсами: «Психология», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Внутренние коммуникации в организации», «Коммуникационные технологии позиционирования».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с причинами и психогенезом, динамикой конфликтов в межличностных отношениях, оптимизацией реагирования на конфликтогены. Акцент при этом делается на прикладной аспект – предупреждение и разрешения межличностных конфликтов как одного из самых распространенных видов конфликта.

Цель реализации дисциплины – познакомить студентов с концептуальными основами изучения межличностных конфликтов и практическими основами их предупреждения и разрешения.

Задачи:

– дать представление о межличностном конфликте, его динамике, структуре, функциях, типах поведенческого реагирования в конфликте,

– познакомить с путями оптимизации инициального коммуникативного поведения.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде

Аннотация дисциплины «Современное визуальное и пространственное искусство»

Рабочая программа учебной дисциплины «Современное визуальное и пространственное искусство» разработана для студентов 3 курса, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. единицы (72 часа). Учебным планом предусмотрены лекции 18 часов, практические занятия 18/18 часов и самостоятельная работа студентов 36 часов. Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре. Форма контроля – зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Современное визуальное и пространственное искусство» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Брендинг», «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Коммуникационные технологии позиционирования».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием целостного представления о внутренней логики развития художественного процесса, объективных закономерностей, приведших к радикальным переменам в формах, целях, функциях искусства, а также - отражение влияния крупнейших мастеров XX века на те или иные итоги художественной жизни. Все направления современных визуальных и пространственных искусств рассматриваются в историко-культурном контексте, привлекаются биографические аспекты, позволяющие более полно знакомиться с художественными персоналиями и этапами стилевого

развития отдельных мастеров. Большое значение уделяется полистилистичности в творчестве выдающихся художников. Рассматривается региональная и национальная специфика в развитии культуры и искусства. Особое внимание уделяется технологии и психологии нового искусства, синтезе новых тенденций в современных пространственных и пластических искусствах.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде

Аннотация дисциплины «Коренные народы в АТР: кейс Японии»

Рабочая программа дисциплины «Коренные народы в АТР: кейс Японии» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 час.), практические занятия (18 час.), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Коренные народы в АТР: кейс Японии» логически и содержательно связана с такими курсами, как «История», «История стран Дальнего Востока (Япония, Китай, Корея)», «Социокультурная антропология стран АТР», «Этнокультурная история Дальнего Востока России».

Содержание дисциплины предусматривает рассмотрение на основе примера коренного народа Японии (айнов) следующего круга вопросов: характеристику хозяйства и элементов материальной и духовной культуры аборигенов, социально-демографические особенности различных локальных групп. В процессе изучения курса у студентов формируется представление как об основной проблематике этнологии, существующих исследовательских практиках, так и современным положением коренных народов в странах АТР.

Цель изучения дисциплины – ознакомление с основными проблемами в изучении истории и культуры, религии народов зарубежного Дальнего Востока.

В процессе изучения данной дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

- сформировать знания о методике этнологического научного поиска;

- сформировать знание основных аспектов истории и культуры айнского народа в контексте истории коренных народов в АТР;
- сформировать умение выделять общие и особенные проблемы в жизнедеятельности коренных народов в АТР.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде

Аннотация дисциплины «Искусство стран АТР»

Рабочая учебная программа дисциплины «Искусство стран АТР» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью». Рабочая программа составлена в соответствии в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: культура населения стран Азиатско-тихоокеанского региона (Южная и Северная Кореи, Китай, Япония, Вьетнам) с древнейших времён до современности, характеристика видов традиционного и современного искусства, мифология, знаково-символическая и художественно-образная система.

Цель изучения дисциплины: дать характеристику основных тенденций традиционного и современного искусства в странах Азиатско-тихоокеанского региона.

Задачи:

1. Освоение ключевых проблем историко-культурного развития стран Азиатско-тихоокеанского региона
2. Знакомство с мифологией стран АТР
3. Изучение традиционных форм строительства и архитектуры, изобразительного и декоративно-прикладного искусства региона.
4. Изучение знаково-символической основы искусства стран АТР.

5. Изучение особенностей современного искусства региона.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде

Аннотация дисциплины «Общий курс цветоведения и колористики»

Рабочая учебная программа дисциплины «Общий курс цветоведения и колористики» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью». Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина направлена на развитие умения пользоваться цветом при построении композиции визуального сообщения и учит грамотно использовать колористические закономерности цветовых композиций.

Цель изучения дисциплины: дать характеристику основных принципов цветоведения и колористики, применяемых в различных визуальных системах.

Задачи:

Изучение принципов цветовой гармонии на основе двух, трех, четырех и большего числа цветов,

Изучение цветовых приемов контраста, тождества и нюанса,

Изучение различных приемов цветового пропорционирования, в симметричных и асимметричных композициях.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск,	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и

критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде

Аннотация дисциплины «Основы 3D моделирования»

Рабочая учебная программа дисциплины «Основы 3D моделирования» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью». Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Основы 3D моделирования» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Инфографика и техника визуализации рекламного текста».

Изучаемая на курсе трёхмерная графика позволяет создавать изображения или видео путём моделирования объёмных объектов в трёхмерном пространстве.

Цель изучения дисциплины: дать характеристику основных принципов 3D-моделирования, анимации и визуализации.

Задачи:

1. Изучение принципов создания трёхмерной модели объекта с использованием базовых инструментов и технологий.

2. Изучение принципов создания трёхмерных объектов как из реального мира, так и абстрактных.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде

Аннотация дисциплины «Современное визуальное и пространственное искусство»

Рабочая учебная программа дисциплины «Современное визуальное и пространственное искусство» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью». Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Современное визуальное и пространственное искусство» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Инфографика и техника визуализации рекламного текста».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием целостного представления о внутренней логики развития художественного процесса, объективных закономерностей, приведших к радикальным переменам в формах, целях, функциях искусства, а также - отражение влияния крупнейших мастеров XX века на те или иные итоги художественной жизни. Все направления современных визуальных и пространственных искусств рассматриваются в историко-культурном контексте, привлекаются биографические аспекты, позволяющие более полно знакомиться с художественными персоналиями и этапами стилевого развития отдельных мастеров. Большое значение уделяется

полистилистичности в творчестве выдающихся художников. Рассматривается региональная и национальная специфика в развитии культуры и искусства. Особое внимание уделяется технологии и психологии нового искусства, синтезе новых тенденций в современных пространственных и пластических искусствах.

Цель изучения дисциплины – создание устойчивых представлений об основных художественных и стилистических тенденциях в современных пространственных и пластических искусствах.

Задачи дисциплины:

1. Знакомство с основными современными стилистическими направлениями в историческом контексте;
2. Выявление характерных черт, свойственных стилевым направлениям;
3. Изучение особенностей жанровой панорамы визуальных и пространственных искусств XX – начала XXI века;
4. Знакомство с наиболее значимыми образцами современного визуального, пространственного и пластического искусства;
5. Изучение творчества наиболее значимых художников.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать

реализовывать свою роль в команде		стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде
-----------------------------------	--	--

Аннотация дисциплины «Теория и практика композиции визуальных систем»

Рабочая учебная программа дисциплины «Теория и практика композиции визуальных систем» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью». Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Теория и практика композиции визуальных систем» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Инфографика и техника визуализации рекламного текста».

Дисциплина формирует умение использовать определенные объективные (не зависящие от индивидуального художественного опыта и вкуса) закономерности построения композиции. В курсе планируется не создание законченного художественного произведения, а решение отдельных композиционных задач.

Цель изучения дисциплины: дать характеристику основных принципов композиции, применяемых в различных визуальных комплексах.

Задачи:

1. Изучение методов построения фигуративных и абстрактных композиций с учетом зрительного восприятия;
2. Формирование комплексного представления о методах создания визуальных образов и основах формирования объектов предметно-пространственной среды;
3. Изучение принципов формирования образно-выразительной художественной формы.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде

Аннотация дисциплины «Цифровая фотография»

Рабочая учебная программа дисциплины «Цифровая фотография» разработана для студентов 3 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью». Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Теория и практика композиции визуальных систем» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Инфографика и техника визуализации рекламного текста».

Дисциплина развивает у студентов креативность мышления при создании фотографического образа и способность обосновать и представить выбранную концепцию или визуальное решение клиенту.

Цель изучения дисциплины: формирование практических навыков в получении и обработке цифровых фотографических изображений.

Задачи:

1. Сформировать навыки работы с фотооборудованием, студийным и естественным светом;
2. Изучение композиционных приемов в фотографии.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знает	способы поиска информации по заданной тематике, способы проведения критического анализа и синтеза информации
	Умеет	анализировать данные, полученные в результате поиска, применять системный подход для решения поставленных задач
	Владеет	навыками сбора и анализа данных, критического анализа информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия
	Умеет	анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

Аннотация дисциплины «Мультимедийные технологии в создании рекламного продукта»

Учебная дисциплина «Мультимедийные технологии в создании рекламного продукта» разработана для студентов 3 курса по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина входит в вариативную часть к обязательным дисциплинам Б1.В.01. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Учебным планом не предусмотрены лекционные занятия – 18 часов, практические занятия - 36 часов, самостоятельная работа студента – 27 часа.

Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре. В качестве итоговой формы отчетности по дисциплине предусмотрен экзамен.

Рекламный контент значительно расширился в последние годы. Если раньше компании предлагали только видео-рекламу и скудный набор для мероприятий, то с появлением интерактивных и проекционных систем все резко изменилось. Сейчас любая компания может создать полноценное шоу на презентации или мероприятии, чтобы привлечь не только клиентов, а и спонсоров. Используя современные мультимедийные технологии можно увлекательно и понятно рассказать аудитории о продукции, сервисах работе компании, продемонстрировать большой объем информации в визуальной форме.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-7 способность применять профессиональной деятельности основные технологические	Знает	основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций
	Умеет	определять необходимые технологические средства для осуществления деловой коммуникации

решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	Владеет	необходимыми навыками выбора и применения технологических средств для осуществления деловой коммуникации
ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте
	Умеет	разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта
	Владеет	навыками организации проектной работы, методы решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта

Аннотация дисциплины «Брендинг»

Дисциплина «Брендинг» предназначена для студентов третьего курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к части «Дисциплины», формируемой участниками образовательных отношений – Б1.В.02. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (36 часов, в том числе 18 интерактивных часов), а также самостоятельную работу студентов (27 часов), контроль достижений 27 часов. На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 5 семестре экзамен.

Дисциплина «Брендинг» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «Брендинг», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Целью курса является формирование системного комплекса знаний в сфере профессиональной деятельности рекламы и связей с общественностью

в области управление брендом. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Брендинг» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- сформировать аналитические и прогностические способности учитывать запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

- сформировать способность прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в управлении коммуникациями бренда, следуя принципам социальной ответственности

- сформировать организационные компетенции в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

- сформировать проектные компетенции в разработке и реализации индивидуального / коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Для успешного изучения дисциплины «Брендинг» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает	современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
	Владеет	приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	Умеет	разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта
	Владеет	навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Брендинг» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Этическое регулирование деятельности в отрасли»

Дисциплина «Этическое регулирование деятельности в отрасли» предназначена для студентов четвёртого курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к части Б1.В, формируемой участниками образовательных отношений – Б1.В.03. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (18 часов, в том числе 18 интерактивных часов), а также самостоятельную работу студентов (72 часа). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 8-ом семестре зачет.

Дисциплина «Этическое регулирование деятельности в отрасли» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «Этическое регулирование деятельности в отрасли», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены

на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Цель дисциплины «Этическое регулирование деятельности в отрасли» является: 1) сформировать представление о месте, которое занимают моральные принципы и ценности в деятельности рекламы и связи с общественностью; 2) усвоение теоретико-прикладных знаний и практического анализа реальных нравственных ситуаций, профессиональных конфликтов. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Этическое регулирование деятельности в отрасли» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- сформировать способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

- сформировать профессиональные компетенции в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

- сформировать способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

- сформировать способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

- сформировать компетенции авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Для успешного изучения дисциплины «Этическое регулирование деятельности в отрасли» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;

– способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

– способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает	современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
	Владеет	приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает	основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста
	Умеет	коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
	Владеет	навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Этическое регулирование деятельности в отрасли» применяются

следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Современные полиграфические технологии в рекламном процессе»

Учебная дисциплина «Современные полиграфические технологии в рекламном процессе» разработана для студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению и относится к блоку 1 «Дисциплины», части, формируемой участниками образовательных отношений – Б1.В.04.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, всего 144 академических часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия - 18, практические занятия - 36 часов, самостоятельная работа студента - 54 часа, контроль – 36 часов.

Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре. В качестве итоговой формы отчетности по дисциплине предусмотрен экзамен.

Дисциплина «Современные полиграфические технологии в рекламном процессе» позволяет дать студентам общее взаимосвязанное представление о полиграфических процессах, их реализации и применении в рекламном процессе, об истории развития отрасли, мировой полиграфической системе, о характеристике печатных и электронных технологий, основных редакционных, технологических процессах, материалах (допечатных, печатных и брошюровочно-переплетных) и применяемом оборудовании для создания печатных версий продукции, о состоянии и тенденциях развития выпуска и распространения рекламной продукции с использованием новых информационных технологий.

Дисциплина логически и содержательно связана с такими дисциплинами, как «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний», «Управление брендом в рекламе и связях с общественностью», «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Медиаправо».

Цель:

Целью изучения дисциплины является приобретение студентом знаний о современных полиграфических технологиях, их применении в рекламном процессе.

Задачи:

Для достижения поставленной цели выделяются следующие задачи курса:

- изучение основных полиграфических технологий, видах и способах производства продукции;
- полиграфических процессах, их реализации и применении в рекламном процессе, об истории развития отрасли, о характеристике полиграфических технологий, основных редакционных, технологических процессах, материалах (допечатных, печатных и брошюровочно-переплетных) и применяемом оборудовании для создания печатных версий продукции;
- понимание специфики взаимоотношений между издательством/типографией и рекламным агентством;
- овладение практическими умениями и навыками использования прикладных программных и аппаратных средств для создания печатных изданий;
- развитие у студентов навыков контроля и оценки качества печатных и электронных средств информации.

Для успешного изучения дисциплины «Современные полиграфические технологии в рекламном процессе» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность усваивать лекционный материал;
- способность логически мыслить;
- умение формулировать и четко излагать мнение по заданной теме.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 способность осуществлять авторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями для разных типов СМИ и других медиа	Знает	основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста
	Умеет	коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям
	Владеет	навыками коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, в том числе в процессе презентации своих идей; базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.
ПК-7 способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	Знает	основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций
	Умеет	определять необходимые технологические средства для осуществления деловой коммуникации
	Владеет	необходимыми навыками выбора и применения технологических средств для осуществления деловой коммуникации
ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте
	Умеет	разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта
	Владеет	навыками организации проектной работы, методы решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Современные полиграфические технологии в рекламном процессе» применяется следующий метод интерактивного обучения:

- групповое задание,
- мультимедийные презентации.

Аннотация дисциплины «Event коммуникации»

Дисциплина «Event коммуникации» разработана для направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» программа бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению и относится к блоку 1 «Дисциплины», части, формируемой участниками образовательных отношений – Б1.В.05.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (30 часов), аудиторные занятия (20 часов), самостоятельная работа студента (22 часа), контроль (36 часов). Реализуется на 4 курсе в 8 семестре, заканчивается экзаменом.

Цель изучения дисциплины: овладения навыками не стандартных, но более эффективных инструментов воздействия на потребителя.

В сложившейся ситуации возникла необходимость переключения на иные, менее стандартные, но более эффективные инструменты воздействия на потребителя. Одним из таких инструментов стал событийный маркетинг или event-маркетинг. С каждым днем всё большую популярность обретает своего рода технология проведения мероприятий и особый тип PR-коммуникаций событийный маркетинг.

Изменение продолжительности и структуры свободного времени у людей обуславливает их стремление провести его с максимальной пользой, участвуя в общественных мероприятиях, презентациях, праздниках и развлечениях. Сегодня мероприятия это не только средство досуга, но и специальные организованные события, тесно связанные с целями и интересами компаний. Событийный менеджмент занимается организацией, управлением и разработкой системы этих специальных событий. В настоящее время вопросы практического применения маркетинга в области проведения и организации мероприятий являются современными и важными, ведь успех событийных коммуникаций эффективно влияет на создание

благоприятной репутации, увеличение степени узнаваемости бренда, а также осознании его уникальности и ценности.

В результате изучения дисциплины «Event коммуникации» у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает	современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
	Владеет	приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-2 стратегическое планирование интернет-кампаний	Знает	принципы планирования рекламных кампаний, особенности планирования интернет-кампаний
	Умеет	применять знания при планировании интернет-кампаний
	Владеет	Навыками планирования интернет-кампаний, оценки эффективности проведенной кампании
ПК-3 Формирование и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	Знает	основы менеджмента; управление проектами; функционирование поисковых систем; основы предпринимательской деятельности; основы маркетинга; основы бюджетирования маркетинговой деятельности
	Умеет	бюджетировать реализацию стратегии продвижения; обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
	Владеет	навыками оценки финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Event коммуникации» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: семинар-дискуссия, групповая дискуссия.

Аннотация дисциплины «Современная пресс-служба»

Дисциплина «Современная пресс-служба» предназначена для студентов четвертого курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» - Часть, формируемая участниками образовательных отношений – Б1.В.06. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (20 часов) и практические занятия (30 часов), а также самостоятельную работу студентов (58 часов), в том числе на подготовку к экзамену (36 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 8 семестре экзамен.

Дисциплина «Современная пресс-служба» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «Современная пресс-служба», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Целью дисциплины является развитие знаний студентов в области профессионально-ориентированных коммуникаций и выработка навыков эффективной коммуникации в рамках работы пресс-служб, отделов по рекламе и связям с общественностью и иных структурных подразделений, которые ориентированы на взаимодействие со СМИ и блогосферой.

Задачи:

1. Раскрыть основные принципы работы современных пресс-служба;
2. Дать понятие о системе взаимодействия со СМИ;
3. Рассмотреть вопрос кадровых требований к сотрудникам современной пресс-службы и их профессиональных компетенций и необходимых навыков;
4. Раскрыть особенности работы с блогосферой.
5. Определить принципы оценки деятельности пресс-служб и внутреннего контроля в данной сфере профессиональной деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «PR-технология привлечения инвестиций» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает	Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста
	Умеет	Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
	Владеет	Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
ПК-5 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знает	Знает основные маркетинговые инструменты, применяющиеся при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Умеет	Умеет выбирать необходимые технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.
	Владеет	Владеет навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

	Умеет	Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта
	Владеет	Владеет навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Современная пресс-служба» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Профессиональные коммуникации в сети Интернет»

Дисциплина «Профессиональные коммуникации в сети Интернет» предназначена для студентов четвертого курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины», части, формируемой участниками образовательных отношений – Б1.В.07. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов) и практические занятия (36 часов), а также самостоятельную работу студентов (36 часов), контроль достижений 36 часов. На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 7 семестре зачет.

Дисциплина «Профессиональные коммуникации в сети Интернет» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Этическое регулирование деятельности в отрасли», «Современная пресс-служба», «Теоретические аспекты интернет-маркетинга», «Стратегический интернет-маркетинг».

Курс «Профессиональные коммуникации в сети Интернет», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление

теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Курс состоит из трех разделов.

Цель раздела «PR-коммуникации в сети Интернет» состоит в изучении документов (контролируемых и неконтролируемых материалов) при работе с внешними и внутренними аудиториями компании.

Цель раздела «Организация коммуникативной политики компании в сети Интернет: работа с web-сайтом» состоит в изучении видов сайтов, основных этапов построения эффективного web-сайта, методов продвижения web-сайта в Интернете для привлечения целевой аудитории, методов удержания посетителей сайта.

Цель раздела «Технологии SMM» состоит в изучении особенностей формирования коммуникационной стратегии организации в social media и мессенджерах.

Целью курса является формирование системного комплекса знаний в сфере массовой коммуникации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Профессиональные коммуникации в сети Интернет» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- изучить виды PR-документов, распространяемых в сети Интернет,
- научиться грамотно вести деловую переписку с целевыми аудиториями,
- научиться составлять эффективные PR-документы и работать с ними,
- научиться работать с web-сайтом компании для поддержания эффективной коммуникации с целевыми аудиториями,
- изучить особенности формирования коммуникационной стратегии в social media и мессенджерах (Facebook, WhatsApp, Telegram),

— изучить особенности подхода к каждому каналу, визуальной и вербальной концепции.

Для успешного изучения дисциплины «Профессиональные коммуникации в сети Интернет» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-2. Стратегическое планирование интернет-кампаний	Знает	показатели, характеризующие эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Умеет	составлять стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Владеет	навыками контроля реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК-5. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знает	основные маркетинговые инструменты, применяющиеся при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Умеет	выбирать необходимые технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

	Владеет	навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
--	---------	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Профессиональные коммуникации в сети Интернет» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту»

Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» предназначена для бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с образовательным стандартом.

Трудоемкость дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» составляет 328 академических часа. Курс является продолжением дисциплины «Физическая культура и спорт» и связан с дисциплиной «Основы проектной деятельности», поскольку нацелен на формирование навыков командной работы, а также с курсом «Безопасность жизнедеятельности», поскольку физическая активность рассматривается, как неотъемлемая компонента качества жизни. Учебным планом предусмотрено 328 часов практических занятий.

Цель изучаемой дисциплины - формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Задачи изучаемой дисциплины:

- формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда;
- развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;
- обогащение индивидуального опыта занятий специально-прикладными физическими упражнениями и базовыми видами спорта;
- овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков;

- освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли в формировании здорового образа жизни;

- овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями.

Для успешного изучения дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции):

- умение использовать разнообразные средства двигательной активности в индивидуальных занятиях физической культурой, ориентированных на повышение работоспособности, предупреждение заболеваний;

- наличие интереса и привычки к систематическим занятиям физической культурой и спортом;

- владение системой знаний о личной и общественной гигиене, знаниями о правилах регулирования физической нагрузки.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-7 способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знает	Общие теоретические аспекты физической культуры, значение физического воспитания в личностном и профессиональном развитии.
	Умеет	Использовать средства и методы физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, повышения работоспособности.
	Владеет	Традиционными формами и видами физкультурной деятельности для поддержания и развития физических способностей и формирования мотивации к двигательной активности.

Аннотация дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» разработана для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиля «Реклама и связи с общественностью».

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет - 5 зачетных единиц, 108 часов. Лекции - 36 часов, практические занятия- 70 часов, самостоятельная работа – 47 часа. Дисциплина реализуется на 1,2 курсе во 2 и 3 семестрах.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с необходимостью создания целостного представления о деятельности специалиста в области дизайна, расширение его проектных навыков в области создания объектов полиграфии, ориентации в системе целей и приоритетов при формировании объектов дизайна.

Одна из особенностей дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» заключается в формировании теоретического и практического инструментария для построения графических изображений применяемых в дизайне, овладение базовыми знаниями технологий и основ производства рекламной, сувенирной, многостраничной печатной продукции, технологическими и производственными требованиями, предъявляемыми к макетам дизайн-продукта.

Цель изучения дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» создать целостное представление о специфике разработки объектов малой полиграфии и навыками творческого подхода в решении ряда прикладных задач при разработке объектов дизайна; сформировать у студентов комплексное владение различными техниками в области малой полиграфии для создания объектов визуальной среды, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Задачи:

- формирование способностей работы с разноформатными графическими объектами;
- формирование навыков визуального и мышления в рамках графической среды;
- использование основ создания графической композиции, творческого мышления,
- самостоятельность в выборе шрифтовой группы в рамках решаемых задач.

Для успешного изучения дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-2 способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и	Знает	круг задач в рамках поставленной цели, теоретические основы принятия организационных решений, правовые нормы, регулирующие профессиональную сферу
	Умеет	определять круг задач в рамках поставленной цели, использовать теоретические основы принятия организационных решений; анализировать правовые нормы, регулирующие профессиональную сферу

ограничений	Владеет	умениями выбора оптимальных способов решения поставленных задач для достижения целей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
ПК-7 способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	Знает	основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций
	Умеет	определять необходимые технологические средства для осуществления деловой коммуникации
	Владеет	необходимыми навыками выбора и применения технологических средств для осуществления деловой коммуникации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

- практическое задание;
- презентация;
- интерактивные лекции.

Аннотация дисциплины «Стратегический Интернет-маркетинг»

Дисциплина «Стратегический Интернет-маркетинг» предназначена для студентов четвертого курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины», части, формируемой участниками образовательных отношений – Б1.В.10. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (20 часов) и практические занятия (30 часов), а также самостоятельная работа студентов (31 час), контроль достижений 27 часов. На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 8 семестре экзамен.

Дисциплина «Стратегический Интернет-маркетинг» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Этическое регулирование деятельности в отрасли», «Современная пресс-служба», «Теоретические аспекты интернет-маркетинга», «Профессиональные коммуникации в сети Интернет».

Курс «Стратегический Интернет-маркетинг», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление

теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Курс состоит из двух разделов.

Цель раздела «Разработка стратегии Интернет-маркетинга» состоит в изучении возможных стратегий информационного продвижения компании в сети Интернет.

Цель раздела «Инструменты Интернет-маркетинга» состоит в изучении инструментов продвижения компании в сети Интернет для ведения эффективной рекламной кампании.

Целью курса является формирование системного комплекса знаний в сфере массовой коммуникации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Стратегический Интернет-маркетинг» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- изучить стратегии информационного продвижения компании в сети Интернет,
- научиться грамотно проводить выбор стратегии в зависимости от текущей ситуации в компании, а также целей продвижения,
- научиться проводить анализ конкурентного окружения компании,
- изучить инструменты Интернет-маркетинга,
- научиться проводить выбор инструментов для реализации эффективной рекламной кампании.

Для успешного изучения дисциплины «Стратегический Интернет-маркетинг» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

– способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает	современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	Владеет	приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий, в т.ч.внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-2. Стратегическое планирование интернет-кампаний	Знает	показатели, характеризующие эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Умеет	составлять стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Владеет	навыками контроля реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК-8. Способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

	Умеет	разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта
	Владеет	навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Стратегический Интернет-маркетинг» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью» предназначена для студентов первого курса, 4 семестра очной формы обучения в соответствии с требованиями стандарта по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекции (36 часов), практические занятия (36 часов) и самостоятельная работа студента (36 часа). Форма контроля – зачет.

Целью освоения дисциплины является формирование у будущих специалистов по рекламе и PR понимания общих закономерностей и принципов связей с общественностью как одного из средств массовой коммуникации, обеспечивающей эффективное управление коммуникациями организации.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение функций, принципов, видов, средств рекламы и связей с общественностью,
 - изучение основ коммуникационного менеджмента;
 - формирование базовых представлений о профессиональной деятельности специалиста по рекламе и СО.
- текста; язык рекламы и речевая культура современного общества и другие.

В результате изучения дисциплины студенты должны овладеть следующими компетенциями:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-5 способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и	Знает	историю развития основных направлений человеческой мысли.
	Умеет	владеть навыками участия в научных дискуссиях, выступать с сообщениями и

философском контекстах		докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационных сетях) представления материалов собственного исследования.
	Владеет	культурой мышления; способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке целей и выбору путей их достижения.
ОПК-6 способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знает	современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
	Умеет	применять современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной сфере
	Владеет	навыками создания актуального профессионального продукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере
ПК-5 способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знает	основные технологии маркетинговых коммуникаций
	Умеет	выбирать необходимые технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	Владеет	навыками применения технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
ПК-6 способен проводить маркетинговые и социологические исследования	Знает	специфику, виды, технологию маркетингового и социологического исследований; методы маркетингового и социологического исследований; значение маркетингового и социологических (в т. ч. прикладных) исследований в рекламной деятельности и связях с общественностью.
	Умеет	определять необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывать и проводить маркетинговое и социологическое исследования; отбирать методы исследований, разрабатывать его инструментарий.
	Владеет	навыками обоснования необходимости использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательного

		потенциала исследований; навыками подготовки, осуществления полевых работ, навыками отбора и обоснования методов сбора и обработки данных в социологическом исследовании; навыками разработки инструментария для исследований.
--	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины применяются следующие методы активного обучения и интерактивного взаимодействия:

- творческие задания;
- деловые игры.

Аннотация дисциплины «Психология рекламной и PR-деятельности»

Дисциплина «Психология рекламной и PR-деятельности» предназначена для студентов третьего курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью». Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов) и практические занятия (18 часов), а также самостоятельную работу студентов (90 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 6-ом семестре зачёт.

Дисциплина «Психология рекламной и PR-деятельности» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «Психология рекламной и PR-деятельности», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Курс состоит из двух разделов.

Целью раздела «Психология рекламной деятельности» является ознакомление студентов с основными теоретическими и практическими основами психологии рекламы.

Целью раздела «Психология связей с общественностью» является ознакомление с психологическими методами изучения функционирования института СМК в современном социуме.

Целью курса является формирование системного комплекса знаний в сфере массовой коммуникации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Психология рекламной и PR-деятельности» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- дать студенту основные знания по актуальным проблемам психологии рекламы;
- акцентировать внимание студентов на тех разделах курса, которые связаны с профилем их будущей профессии: сформировать у студентов язык профессионального общения через освоение понятий и терминов в сфере рекламных и PR-коммуникаций;
- познакомить студентов с основными понятиями, законами психологии рекламы и связей с общественностью;
- сформировать у студентов способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;
- способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;

– развить у студентов привычку к анализу коммуникаций, умение осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Для успешного изучения дисциплины «Психология рекламной и PR-деятельности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает	современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
	Владеет	приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-5 способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знает	основные маркетинговые инструменты, применяющиеся при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Умеет	выбирать необходимые технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	Владеет	навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. Осуществляет мониторинг обратной связи с

		разными целевыми группами
--	--	---------------------------

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Психология рекламной и PR-деятельности» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью» предназначена для студентов третьего курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью». Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов) и практические занятия (36 часов, в том числе 18 интерактивных часов), а также самостоятельная работа студентов (9 часов), контроль достижений 27 часов. На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 5 семестре экзамен.

Дисциплина «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Организация и проведение коммуникационных кампаний».

Курс «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены

на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Курс состоит из двух разделов.

Цель раздела «Программа прикладного исследования» состоит в изучении структуры программы, получении навыков ее составления в соответствии с собственными задачами.

Цель раздела «Виды прикладных исследований» состоит в изучении видов прикладных исследований, анализе целесообразных для конкретного исследования методов, отработке навыков проведения исследования.

Целью курса является формирование системного комплекса знаний в сфере массовой коммуникации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

- ознакомиться с основными методами изучения различных аспектов общественной жизни;
- ознакомиться с ролью, которые эти методы играют в формировании рекламной политики фирм и организаций;
- изучить методики проведения прикладных исследований;
- научиться практически пользоваться общедоступными методами сбора первичной информации;
- изучить возможности прикладных исследований на примерах из сферы рекламы и PR в ходе лекционных занятий;
- изучить процедуру проведения исследований;
- научиться разрабатывать и проводить исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.

Для успешного изучения дисциплины «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью» у обучающихся должны быть

сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-5. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знает	основные маркетинговые инструменты, применяющиеся при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Умеет	выбирать необходимые технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	Владеет	навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-6. Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	Знает	виды прикладных (маркетинговых и социологических) исследований, их преимущества и недостатки, особенности их отбора для проведения конкретного исследования
	Умеет	определять объект, предмет, цели и задачи исследования, рассчитывать и аргументировать выборку, производить выбор необходимых методов в рамках единой программы, в том числе в зависимости от финансового положения компании, жизненного цикла товара, рынков сбыта, целевой аудитории и других

		показателей.
	Владеет	оформлять документы прикладного исследования (программу, бланки, отчеты), самостоятельно проводить прикладное исследование в рекламе и связях с общественностью, а также грамотно распределять работы по проведению исследования в команде, опираясь на навыки, опыт и возможности членов исследовательской группы.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Редакционно-издательская обработка рекламного текста»

Дисциплина «Редакционно-издательская обработка рекламного текста» предназначена для студентов третьего курса, 6 семестра очной формы обучения в соответствии с требованиями стандарта по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов) и самостоятельная работа студента (18 часов). Форма контроля – экзамен.

Цель освоения дисциплины:

- углубление знаний у студентов о стилистической дифференциации языка и стилистической принадлежности рекламных произведений.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания дисциплины решаются следующие задачи:

- формирование знаний о рекламных жанрах и их специфике, изучение специфических языковых особенностей рекламных текстов и способов языкового воздействия в рекламных произведениях;

- -обобщение опыта устранения типичных ошибок в рекламных текстах;

- формирование навыков составления рекламных произведений различных жанров в зависимости от рекламного носителя и вида СМИ;

- -овладение навыками литературного редактирования чужих и собственных материалов.

- Изучение дисциплины предполагает освещение следующих тем: рекламная коммуникация, виды и средства рекламы; психология восприятия рекламы и приемы речевого воздействия; рекламный текст: основные вербальные составляющие рекламного текста и язык рекламы; язык

изобразительной рекламы и его специфика, дизайн рекламы; стилистические аспекты современной рекламы; фонетика, лексика, синтаксис рекламного текста; язык рекламы и речевая культура современного общества и другие.

В результате изучения дисциплины студенты должны овладеть следующими компетенциями:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-4 способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знает	основные положения риторики и методiku построения речевого выступления, основные принципы составления и оформления академических текстов; основные принципы и законы эффективной коммуникации
	Умеет	создавать письменные академические тексты различных жанров; оформлять письменный текст в соответствии с принятыми нормами, требованиями, стандартами; создавать устный и письменный текст в соответствии с коммуникативными целями и задачами; оформлять его в соответствии с нормами современного русского литературного языка, формальными требованиями и риторическими принципами; свободно пользоваться речевыми средствами книжных стилей современного русского языка
	Владеет	основными навыками ораторского мастерства: подготовки и осуществления устных публичных выступлений различных типов (информирующее, убеждающее и т.д.); ведения конструктивной дискуссии; навыками аналитической работы с различными источниками, в том числе научными; навыками редактирования академических текстов; навыками эффективного устного представления письменного текста; навыками преодоления сложностей в межличностной и межкультурной коммуникации
ОПК-1 способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или)	Знает	актуальные тенденции в профессиональной сфере; нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем

медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Умеет	создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
	Владеет	навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает	Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста
	Умеет	Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
	Владеет	Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	Умеет	Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта
	Владеет	Владеет навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины применяются следующие методы активного обучения и интерактивного взаимодействия:

- выполнение заданий по заданным темам, предполагающих самостоятельную работу с научной литературой;
- творческие задания;
- деловые игры.

Дисциплины (модули) по выбору

Аннотация дисциплины «PR-технология привлечения инвестиций»

Дисциплина «PR-технология привлечения инвестиций» предназначена для студентов третьего курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» - Часть, формируемая участниками образовательных отношений – Б1.В.ДВ.01.01. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (18 часов), а также самостоятельную работу студентов (72 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 5 семестре зачет.

Дисциплина «PR-технология привлечения инвестиций» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «PR-технология привлечения инвестиций», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Целью дисциплины является ознакомление студентов с основными коммуникативными практиками, которые используются в сфере привлечения инвестиций; раскрытие методов и подходов выстраивания коммуникационных систем, деятельность которых способствует

эффективному привлечению инвестиций; ознакомление с широким спектром явлений, сопутствующим процессу привлечения инвестиций..

Задачи:

6. Раскрыть основные принципы Investor Relations;
7. Дать понятие о системе интегрированных коммуникаций в IR-бизнесе;
8. Рассмотреть вопрос формирования и IR-управления позитивной репутацией;
9. Рассмотреть вопрос важности связей с IR-аудиторией и контактными группами.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает	Знает современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	Владеет	Владеет приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий, в т.ч.внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-8 Способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или)	Знает	Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с

коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью		общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	Умеет	Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта
	Владеет	Владеет навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «PR-технология привлечения инвестиций» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Краудфандинг в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина «Краудфандинг в рекламе и связях с общественностью» разработана для направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» программа бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению и относится к блоку 1 «Дисциплины» по выбору, части, формируемой участниками образовательных отношений – Б1.В.ДВ.01.02.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (18 часов), аудиторные занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (72 часа). Реализуется на 3 курсе в 5 семестре, заканчивается зачетом.

Цель изучения дисциплины: изучить понятие краудфандинга и научиться применять данный метод в работе.

Краудфандинг – технология коллективного сотрудничества, основанного на добровольном пожертвовании средств для запуска новых проектов. Краудфандинг — перспективный способ решения социальных проблем, который обладает значительным потенциалом не только в области стимулирования какой-либо экономической или творческой деятельности, но и развития инновационных стартапов.

При использовании инструментов краудфандинга компания получает возможность финансировать проект без традиционных посредников, то есть из бизнес-процесса исключаются банки, биржи, венчурные фонды и т.п. В случае успешной реализации проекта стоимость компании может увеличиться многократно, а число потенциальных инвесторов, желающих вложиться в прибыльный бизнес, — вырасти в геометрической прогрессии. Это, в свою очередь, будет способствовать привлечению дополнительных источников финансирования. Кроме того, компания получит потенциального потребителя собственной продукции среди инвесторов данного проекта.

В результате изучения дисциплины «Краудфайдинг в рекламе и связях с общественностью» студенты должны овладеть следующими компетенциями:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает	современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
	Владеет	приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-3 Формирование и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	Знает	способы расчета рентабельности издательских проектов; нормативные документы, используемые для расчетов.
	Умеет	применять нормативные рекомендации для расчета рентабельности проектов
	Владеет	навыками расчета рентабельности проектов в профессиональной сфере
ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте
	Умеет	разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта
	Владеет	навыками организации проектной работы, методы решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины применяются следующие методы активного обучения и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: дискуссия, круглый стол.

Аннотация дисциплины «Модели поведения потребителей»

Дисциплина «Модели поведения потребителей» предназначена для студентов четвёртого курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к дисциплинам (модулю) по выбору 2 (ДВ.2) Б1.В.ДВ.02 – Б1.В. ДВ.02.01. Рабочая программа составлена в соответствии в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (36 часов, в том числе 18 интерактивных часов), а также самостоятельную работу студентов (54 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 7-ом семестре зачет.

Дисциплина «Модели поведения потребителей» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «Модели поведения потребителей», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Цель: освоить опыт анализа и прогнозирования поведения потребителей для проектирования рекламных и PR кампаний.

Задачи:

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

- сформировать проективные навыки и способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

- сформировать навыки стратегического планирования интернет-кампаний.

Для успешного изучения дисциплины «Модели поведения потребителей» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-2 Стратегическое планирование интернет-кампаний	Знает	показатели, характеризующие эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной

		сети «Интернет»
	Умеет	составлять стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Владеет	навыками контроля реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК-6 способен проводить маркетинговые и социологические исследования	Знает	специфику, виды, технологию маркетингового и социологического исследований; методы маркетингового и социологического исследований; значение маркетингового и социологических (в т. ч. прикладных) исследований в рекламной деятельности и связях с общественностью.
	Умеет	определять необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывать и проводить маркетинговое и социологическое исследования; отбирать методы исследований, разрабатывать его инструментарий.
	Владеет	навыками обоснования необходимости использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательного потенциала исследований; навыками подготовки, осуществления полевых работ, навыками отбора и обоснования методов сбора и обработки данных в социологическом исследовании; навыками разработки инструментария для исследований.
ПК-1 способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает	современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
	Владеет	приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-5 способность применять основные	Знает	основные технологии маркетинговых коммуникаций

технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Умеет	выбирать необходимые технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	Владеет	навыками применения технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Модели поведения потребителей» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Защита интеллектуальной собственности в сети Интернет»

Дисциплина «Защита интеллектуальной собственности в сети Интернет» предназначена для студентов третьего курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» - Часть, формируемая участниками образовательных отношений – Б1.В.ДВ.02.02. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (36 часов), а также самостоятельную работу студентов (54 часа). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 7 семестре зачет.

Дисциплина «Защита интеллектуальной собственности в сети Интернет» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе».

Курс «Защита интеллектуальной собственности в сети Интернет», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены

на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Целью дисциплины является развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно выстраивать коммуникации в области рекламы и связей с общественностью и контакты со СМИ с учетом правовых требований к указанной сфере деятельности и правовых механизмов защиты интеллектуальной собственности в сети Интернет.

Задачи:

- планирование и организация системы коммуникаций в медиаотрасли, проведение мероприятий в профессиональной сфере с учетом требований современного российского законодательства;

- изучение основ российского рекламного и медийного законодательства и его требований применительно к задачам профессиональной деятельности;

- понимание принципов и методов работы контролирующих и надзорных органов в профессиональной сфере, изучение основ взаимодействия с надзорными, контролирующими и правоохранительными органами;

- анализ и интерпретация первичной и вторичной информации в сфере журналистики с точки зрения правовых требований.

- изучение основных нормативных правовых актов, касающихся рекламной и информационной деятельности.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает	Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста
	Умеет	Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного

		взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
	Владеет	Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Защита интеллектуальной собственности в сети Интернет» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Основы операторского мастерства»

Дисциплина «Основы операторского мастерства» предназначена для студентов 2 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» часть, формируемая участниками образовательных отношений – Б1.В.ДВ.03.01. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (36 часов), а также самостоятельную работу студентов (18 часов), контроль достижений (0 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 4 семестре зачет.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знает	современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.
	Умеет	определять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
	Владеет	навыками применения современных цифровых устройств, технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ПК-7 способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	Знает	технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде; основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде; технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами; технологии производства продукта.
	Умеет	определять необходимые технологические средства для осуществления коммуникации
	Владеет	необходимыми навыками выбора и применения технологических средств для осуществления коммуникации

Аннотация дисциплины «Компьютерная обработка аудио- и видеорекламы»

Дисциплина «Компьютерная обработка аудио- и видеорекламы» предназначена для студентов 2 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» часть, формируемая участниками образовательных отношений – Б1.В.ДВ.03.02. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (36 часов), а также самостоятельную работу студентов (18 часов), контроль достижений (0 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 4 семестре зачет.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знает	современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.
	Умеет	определять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
	Владеет	навыками применения современных цифровых устройств, технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ПК-7 способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	Знает	технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде; основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде; технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами; технологии производства продукта.
	Умеет	определять необходимые технологические средства для осуществления коммуникации
	Владеет	необходимыми навыками выбора и применения технологических средств для осуществления коммуникации

Аннотация дисциплины «Внутренние коммуникации в организации»

Дисциплина «Внутренние коммуникации в организации» предназначена для студентов 2 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» часть, формируемая участниками образовательных отношений – Б1.В.ДВ.04.01. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (36 часов), а также самостоятельную работу студентов (18 часов), контроль достижений (0 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 4 семестре зачет.

Дисциплина «Внутренние коммуникации в организации» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Коммуникационный менеджмент».

Курс «Внутренние коммуникации в организации», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены

на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Целью курса является ознакомление студентов с системой управления внутренними потоками информации, направленными на создание благоприятного микроклимата организации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Внутренние коммуникации в организации» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

1. ознакомить с основными принципами организации и контроля коммуникационным процессом внутри организации;
2. ознакомить с современными коммуникативными технологиями влияния на персонал организации;
3. раскрыть формы и методы изучения внутренней среды организации, а также методы воздействия на внутреннюю целевую аудиторию;
4. изучить виды коммуникационных мероприятий в сфере формирования внутрикорпоративной культуры.

Для успешного изучения дисциплины «Внутренние коммуникации в организации» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает	основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста.
	Умеет	коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.
	Владеет	навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Внутренние коммуникации в организации» применяются следующие методы активного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина «Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью» предназначена для студентов 2 курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» часть, формируемая участниками образовательных отношений – Б1.В.ДВ.04.02. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (36 часов), а также самостоятельную работу студентов (18 часов), контроль достижений (0 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 4 семестре зачет.

Дисциплина «Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Современная пресс - служба», «Коммуникационный менеджмент».

Курс «Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены

на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Целью курса является ознакомление студентов с ролью публичной коммуникации в системе рекламы и связей с общественностью. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

1. ознакомить с основными принципами публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
2. ознакомить с современными направлениями публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
3. раскрыть формы и методы публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
4. изучить формы применения публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Для успешного изучения дисциплины «Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает	основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста.
	Умеет	коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.
	Владеет	навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие методы активного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» предназначена для студентов третьего курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» часть, формируемая участниками образовательных отношений – Б1.В.ДВ.05.01. Рабочая программа составлена в соответствии в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (18 часов), а также самостоятельную работу студентов (36 часов), контроль достижений (0 часов). На лекциях студенты изучают теоретический материал. На практических занятиях закрепляются основные теоретические положения курса. По итогам обучения студенты сдают в 6 семестре зачет.

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Внутренние коммуникации в организации», «Коммуникационный менеджмент».

Курс «Коммуникационный менеджмент», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

Целью курса является ознакомление студентов с системой управления информационными потоками в рамках информационного взаимодействия организации с общественными подсистемами. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Коммуникационный менеджмент» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

1. ознакомить с основными принципами функционирования коммуникационного менеджмента;
2. ознакомить с принципами использования коммуникационного менеджмента в рекламе и связях с общественностью;
3. раскрыть формы и методы коммуникационного менеджмента;
4. изучить алгоритмы применения коммуникационного менеджмента в деятельности рекламы и связи с общественностью.

Для успешного изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, согласно ФГОС ВО:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируется следующая компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает	основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста.
	Умеет	коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.
	Владеет	навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Коммуникационный менеджмент» применяются следующие методы активного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины «Репутационный менеджмент»

Дисциплина «Репутационный менеджмент» предназначена для студентов третьего курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» и относится к блоку 1 «Дисциплины» часть, формируемая участниками образовательных отношений – Б1.В.ДВ.05.02. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Цель – изучение основных методов, принципов и инструментов репутационного менеджмента и специфики их использования в управлении рекламной и PR-деятельности предприятий различной формы организации.

Задачи:

- познакомить с основными методами, принципами, инструментами теории репутационного менеджмента, основными репутационными характеристиками, стратегиями управления репутацией, технологическими приемами и методами формирования и управления деловой репутацией предприятия и персоны, методами и инструментами оценки репутации.

- сформировать у студентов умения практического использования технологических приемов и методов формирования и управления деловой репутацией предприятия и персоны, методов и инструментов оценки репутации;

- сформировать основные навыки управленческой деятельности, необходимые в профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью в формировании, управлении и оценке деловой репутации предприятия и персоны.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируется следующая компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает	основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста.
	Умеет	коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.
	Владеет	навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Аннотации дисциплин Блока ФТД. Факультативные дисциплины части, формируемой участниками образовательных отношений

Аннотация дисциплины «Студенческая рекламная лаборатория»

Дисциплина «Студенческая рекламная лаборатория» предназначена студентов направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению и относится к блоку «ФТД. Факультативы», части, формируемой участниками образовательных отношений - ФТД.В.01.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 часов). Реализуется на 1 курсе в 1 семестре, заканчивается зачетом.

Цель: научиться планировать разработку и реализацию рекламного продукта.

Задачи:

1. научиться проводить предварительное исследование организации, товара или услуги,
2. научиться проводить исследование конкурентов,
3. научиться проводить исследование целевой аудитории,
4. научиться проводить исследование рыночной конъюнктуры,
5. научиться ставить цели и задачи,
6. научиться распределять зоны ответственности за проведение рекламной кампании в коллективе.

В результате изучения дисциплины «Студенческая рекламная лаборатория» студенты должны овладеть следующими компетенциями:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и	Знает	Знает основные этапы планирования и реализации рекламной кампании: от исследования и целеполагания до планирования анализа ее эффективности.

мероприятий	Умеет	Умеет под контролем преподавателя сформировать письменный план коммуникационной кампании и подготовить презентацию своих исследований и идей.
	Владеет	Владеет навыками целеполагания, анализа и делегирования полномочий в процессе разработки и проведения коммуникационной кампании.
ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями для разных типов СМИ и других медиа	Знает	Знает, как правильно спланировать коммуникацию в рамках рекламной кампании, спроектировать эффективный текст.
	Умеет	Умеет выражать свои мысли по поводу рекламной кампании на русском и иностранном языках, создавать рекламные тексты, информационные поводы и сценарии специальных событий.
	Владеет	Владеет навыками презентации своих идей рекламного текста, информационного повода, специального события заказчику и команде на русском и иностранных языках.
ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	Знает понятие проекта и типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Умеет	Умеет разрабатывать проекты в РСО и делегировать полномочия в рамках разработанного проекта.
	Владеет	Владеет навыками организации проектной работы по РСО, управления творческим коллективом, разработки документов по проекту и анализом эффективности коммуникационной кампании.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Студенческая рекламная лаборатория» применяются следующие методы активного обучения и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: работа в малых группах.

Аннотация дисциплины «Научная деятельность в рекламе и пиар»

Дисциплина «Научная деятельность в рекламе и пиар» разработана для направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» программа бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению и относится к блоку «ФТД. Факультативы», части, формируемой участниками образовательных отношений - ФТД.В.02.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (18 часов). Реализуется на 2 курсе в 4 семестре, заканчивается зачетом.

Цель: расширить знания студентов, дать возможность приобретения умений и навыков использования методов и инструментов научного исследования современных процессов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

1. сформировать у студентов понимание социальных, философских и исторических оснований развития системных представлений о научно-исследовательской работе в рекламе и связях с общественностью;
2. развивать умение самостоятельной разработки программы и реализации научного исследования;
3. научиться грамотному использованию нормативной, правовой, справочной документации и специальной литературы;
4. сформировать умение работать с различными видами информации;
5. использовать системный подход для приобретения навыков анализа и синтеза.

В результате изучения дисциплины «Научная деятельность в рекламе и пиар» студенты должны овладеть следующими компетенциями:

Код и формулировка	Этапы формирования компетенции
---------------------------	---------------------------------------

компетенции			
ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями для разных типов СМИ и других медиа	Знает	Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста	
	Умеет	Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
	Владеет	Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	
ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	
	Умеет	Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта	
	Владеет	Владеет навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта	

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Научная деятельность в рекламе и пиар» применяются следующие методы активного обучения и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: лекция-дискуссия.