



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	История				
Курс(ы)	1	Семестр(ы)	1	Трудоемкость	4 з.е. (144 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	экзамен				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «История» является обязательной для изучения, относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «История отечественного искусства», «История зарубежного искусства», «Культурология», «Философия», «История рекламы и СО». Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями по истории в объеме средней школы.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Курс «История» формирует необходимые профессиональные компетенции студентов: Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2). Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6). Способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).					
Планируемые результаты обучения					
Знать: основные события отечественной истории; содержание основных исторических школ и концепций и дискуссионный характер диалога между ними; методологические принципы отечественной истории; актуальные проблемы современного этапа развития отечественной истории; общепринятую структуру исследования, методы получения эмпирической информации и основы их качественного и количественного анализа. Уметь: понимать связь положений науки и социальной практики; видеть содержание социальных проблем в реальных явлениях общественной жизни; осмысливать направления возможных исследований этих явлений; обладать способностью начального теоретического анализа исследования общественно-исторических явлений; находить соответствующую литературу по изучаемому вопросу; подбирать методики эмпирического исследования. Владеть: навыками приёма, переработки (понимания и интерпретации) исторической информации; навыками самостоятельной работы с учебной, методической и научной литературой по изучаемым проблемам.					
Основное содержание дисциплины					
Предмет и метод исторической науки. Происхождение и расселение восточных славян, их занятия, верования и общественный строй. Образование Древнерусского государства. Деятельность первых киевских князей (IX – X вв.). Норманнская теория. Период расцвета Древнерусского государства. Принятие христианства. Князя Владимир I, Ярослав Мудрый, Владимир Мономах. Древняя Русь в период раздробленности. Причины и сущность раздробленности. Владимиро-Суздальское княжество. Новгородская земля. Культура и быт Древней Руси X – XIII вв. Монголо-татарское нашествие и его последствия. Золотая Орда и её влияние на русские земли: дискуссии историков. Борьба Руси с вторжениями с запада в XIII в. Александр Невский. Начало объединения русских земель вокруг Москвы в XIV в. Дмитрий Донской. Образование Московского государства в XV— начале XVI в. Реформы Ивана III. Культура и быт Москвы и Новгорода XIV- XV вв. Внутренняя и внешняя политика середины – второй половины XVI в. Опричнина. Психологический портрет Ивана Грозного. Культура и быт России в XVI в. «Смутное время» в России конца XVI - начала XVII вв.					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Социально-экономическое и политическое развитие России XVII в.
Внешняя политика России XVII в.
Церковный раскол. Восстание Степана Разина.
Культура и быт России XVII в.
Реформы и внешняя политика Петра I.
Эпоха дворцовых переворотов (1725—1762 гг.)
Внутренняя политика Екатерины II. Крестьянская война Е. Пугачёва
Внешняя политика России в середине — второй половине XVIII в.
Культура России середины и второй половины XVIII в.
Отечественная война 1812 г. и заграничный поход русской армии.
Движение декабристов: тайные общества, их программы и деятельность.
Культура России первой половины XIX в.
Отмена крепостного права в России. Реформы 60-70-х гг. XIX в.
Идеология народничества, его основные течения и организации в 70-80-е гг. XIX в.
Внешняя политика России XIX в. Крымская война. Русско-турецкая война 1877-1878 гг.
Культура России второй половины XIX в.
Первая российская революция 1905-1907 гг.
Столыпинская аграрная реформа.
Революционные события февраля—сентября 1917 г. в России.
Общенациональный кризис в России осенью 1917 г. Взятие власти большевиками.
Гражданская война в России.
Индустриализация и коллективизация СССР в 20-30-е гг. XX в.
Общественно-политическая жизнь СССР в 1930-е гг. Массовые репрессии. И.В. Сталин.
Внешняя политика СССР в 1920—1941 гг.
Основные события Великой Отечественной. Войны 1941—1945 гг. Значение Победы.
Общественно-полит. и эконом. развитие в сер. 50-х — первой пол. 60-х гг. Н.С. Хрущёв.
Общественно-политическое, внешнеполитическое и экономическое развитие СССР во второй пол. 60-х — первой пол. 80-х гг. Л.И. Брежнев.
Политика «перестройки» в 1985—1991 гг. М.С. Горбачёв. Распад СССР.
Социально-экономическая и политическая ситуация в России 1992—1999 гг. Внешняя политика. Б.Н. Ельцин.
Россия в 2000-2008 гг. Реформы В. В. Путина.

Ответственная кафедра

Кафедра истории России



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Английский язык				
Курс(ы)	1-2	Семестр(ы)	1-4	Трудоемкость	9 з.е. (324 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			экзамен		
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Английский язык» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. учебным курсом. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к цивилизованному общению в области рекламы и СО. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, умениями и навыками, полученными при изучении иностранного языка в средней школе.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс обучения направлен на развитие следующих компетенций: ОК-5: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. ПК-6: способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации. ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: лексический минимум в объеме, достаточном для понимания текстов профессиональной направленности на изучаемом иностранном языке; основные грамматические структуры изучаемого иностранного языка; правила чтения изучаемого иностранного языка; клишированные обороты речи, используемые в устной и письменной коммуникации. Уметь: читать тексты профессиональной направленности; извлекать и анализировать информацию из текстов профессиональной направленности; переводить тексты профессионального содержания с использованием справочной литературы; поддерживать процесс устной и письменной коммуникации. Владеть: навыками обращенного чтения и чтения вслух; навыками реферирования информации, извлеченной из текстов профессиональной направленности.					
Основное содержание дисциплины					
1. Фонетика английской речи. 2. Грамматика английской речи. Типы предложений . Структура простого предложения. Структура сложного предложения. Части речи. 3. Тематическая лексика. Жизнь студента. Страна изучаемого языка. Реклама – моя специальность. 4. Словообразование.5. Сочетаемость слов.6. Формальные признаки логико-смысловых связей между элементами текста.7. Дополнительная лексика по темам, связанным со специальностью «Реклама» - внеаудиторное чтение (10 тыс. печ. знаков).					
Ответственная кафедра					
Кафедра английского языка					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Немецкий язык				
Курс(ы)	1-2	Семестр(ы)	1-4	Трудоемкость	9 з.е. (324 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	экзамен				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Немецкий язык» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. учебным курсом. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к цивилизованному общению в области рекламы и СО. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, умениями и навыками, полученными при изучении иностранного языка в средней школе.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс обучения направлен на развитие следующих компетенций: ОК-5: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. ПК-6: способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации. ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: лексический минимум в объёме, достаточном для понимания текстов профессиональной направленности; основные грамматические структуры изучаемого языка; правила чтения изучаемого языка; клишированные обороты речи, используемые в устной и письменной коммуникации Уметь: читать тексты профессиональной направленности; извлекать информацию из текстов профессиональной направленности и анализировать её; переводить тексты профессионального содержания с использованием справочной литературы; поддерживать устную и письменную коммуникацию Владеть: навыками обращённого чтения и чтения вслух; навыками реферирования информации, извлечённой из текстов профессиональной направленности; навыками работы со справочной литературой; навыками устной и письменной речи					
Основное содержание дисциплины					
1. Фонетика. Интонация и ее использование для выражения собственного отношения к высказыванию. Автоматизация технических навыков чтения про себя. Развитие навыка обращённого чтения (вслух). 2. Лексика. Немецкая литература эпохи Просвещения. И.В.Гете. Клише для составления аннотаций, рефератов, резюме. Фридрих Шиллер. Немецкая литература в период подготовки буржуазно-демократической революции в Германии (1830 – 1848). Генрих Гейне. 3. Грамматика. Причастия. Инфинитив. Конъюнктив. 4. Домашнее чтение. Schöne Literatur. Чтение, перевод, реферирование текстов. Страна изучаемого языка. Федеративная республика Германия: Географическое положение ФРГ; климат, флора, фауна; полезные ископаемые; государственное устройство ФРГ. Разговорная тема: Die BRD. Статьи из газет и журналов по специальности. Разговорная тема: “Mein Fach ist Journalistik/Werbung“.					
Ответственная кафедра					
Кафедра германской и романской филологии					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины					
Курс(ы)	1	Семестр(ы)	1-2	Трудоемкость	8 з.е. (288 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			экзамены		
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина относится к базовой части образовательной программы.</p> <p>Изучение курса «Русский язык и культура речи» опирается на знания, умения и навыки, которые были получены учащимися в процессе школьного обучения русскому языку и литературе. Содержание программы тесно связано с основными разделами языкознания: орфоэпией, лексикологией, морфологией и синтаксисом.</p> <p>Курс «Русский язык и культура речи» является одним из учебных курсов общегуманитарного знания. Данный курс, обучая студента важнейшим приёмам работы с устным и письменным текстом, готовит его к более глубокому и адекватному восприятию других дисциплин и предметов профессиональной подготовки. Содержание дисциплины "Русский язык и культура речи" опирается на такие гуманитарные и филологические науки, как грамматика, стилистика, риторика, лингвистика текста, педагогика, психология, философия (разделы «этика» и «эстетика»). Курс «Русский язык и культура речи» включает в себя некоторые аспекты психологии общения, а также уделяет большое внимание двум основным функциям языка – служить средством общения и орудием мышления, которые активно изучаются философией</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).</p> <p>Обладает базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- базовые понятия курса «Русский язык и культура речи»;- нормы современного русского языка: орфоэпические, акцентологические, лексические, морфологические, синтаксические, стилистические.- основные коммуникативные качества речи;- основные формулы речевого этикета;- способы словесного оформления публичного выступления;- правила оформления деловых бумаг. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- ориентироваться в актуальных проблемах русского языка;- выполнять письменные задания различного уровня сложности по орфоэпическим, акцентологическим, морфологическим и синтаксическим нормам;- уметь пользоваться нормативными словарями и справочниками русского языка;- грамотно в орфографическом, пунктуационном и речевом отношении оформлять письменные тексты, используя словари и справочники;- анализировать речевую ситуацию, строить речь (устную или письменную) в соответствии с выбранным функциональным стилем;- уметь составлять деловые бумаги: заявление, доверенность, расписку, объяснительную записку, автобиографию.- правильно строить устное и письменное высказывание (в соответствии с требованиями норм языка, культуры речи). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- нормами русского литературного языка;- знанием существующих учебников по русскому языку и культуре речи;- основами ораторского искусства;- правилами русского речевого этикета и невербальной коммуникации (мимика, жесты, дистанция общения).					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Основное содержание дисциплины

1. Нормативный аспект культуры речи. Культура речи. Основные понятия и категории культуры речи. Язык и речь. 2. Общациональный язык и его разновидности. 3. Языковая норма, её роль в становлении и функционировании языка. Виды норм. 4. Орфоэпия. Орфоэпические нормы. 5. Акцентология. Акцентологические нормы. Особенности русского ударения. 6. Синтаксис. Синтаксические нормы. 7. Лексикология. Лексические нормы. 8. Лексическая сочетаемость. 9. Фразеологические средства русского языка. 10. Речевая избыточность (плеоназм, тавтология). 11. Речевая недостаточность (алогизм, подмена понятий, эллипсис). 12. Иноязычная лексика. 13. Стилистика. Стилистические нормы. Научный стиль. Официально-деловой стиль. Публицистический стиль. Разговорная речь. Язык художественной литературы. Взаимодействие функциональных стилей. 14. Коммуникативный аспект культуры речи. 15. Официально-деловая письменная речь. 16. Коммуникативные качества речи, доминирующие в деловом общении. 17. Виды документов. 18. Язык и стиль распорядительных документов. 19. Коммуникативный аспект культуры речи. Ораторское выступление. 20. Особенности устной публичной речи. Лингвистические и экстралингвистические факторы публичной речи. Способы словесного оформления публичного выступления. 21. Оратор и его аудитория. 22. Подготовка ораторского выступления: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развёртывание и завершение речи. 23. Этический аспект культуры речи. Деловой этикет. 24. Основные типы собеседников. 25. Правила собеседования. 26. Деловой телефонный этикет. 27. Речевого этикета. Этические и этикетные нормы в устном общении. Виды речевого этикета. 28. Невербальные средства общения.

Ответственная кафедра

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Математика и статистика				
Курс(ы)	1	Семестр(ы)	1-2	Трудоемкость	6 з.е. (216 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			экзамен		
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Математика и статистика» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Основы маркетинга», «Коммерция», «Экономика и управление», «Организация работы отделов рекламы и СО»; прохождению учебной и производственной практики. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями по математике в объеме средней школы.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс обучения направлен на развитие следующих компетенций: ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию. ПК-9 – способность проводить маркетинговые исследования.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: Терминологию математики и статистики. Иметь представления об их основных методах. Уметь: Использовать простейшие методы математического анализа и статистики для интерпретации численных характеристик социологических и технологических процессов. Владеть: Простейшими методами математического анализа и исследования случайных величин.					
Основное содержание дисциплины					
Предмет математики. Основные разделы. Элементарные функции и их графики. Понятие непрерывности функции, предела функции в точке, производной и дифференциала. Исследование функций и построение графиков. Первообразная и интеграл. Формула Ньютона-Лейбница. Основные понятия теории вероятностей. Основные формулы комбинаторики. Теоремы сложения и умножения вероятностей. Повторение событий. Формула Бернулли. Дискретные случайные величины и их числовые характеристики. Непрерывные случайные величины и их числовые характеристики. Нормальное распределение плотности вероятности.					
Ответственная кафедра					
Кафедра общей и теоретической физики					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Компьютерные технологии и информатика				
Курс(ы)	1	Семестр(ы)	2	Трудоемкость	4 з. е. (144 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	экзамен				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина является обязательной для изучения; входит в базовую часть образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к изучению спецкурсов по выбору студента. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными в средней школе при изучении предмета «Информатика».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс обучения направлен на развитие следующего комплекса общекультурных компетенций: ОПК-6: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности. ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: теоретические основы, понятия, законы и модели информатики. Уметь: понимать, излагать и критически анализировать информацию; пользоваться теоретическими основами, основными понятиями, законами и моделями информатики. Владеть: методами анализа информации					
Основное содержание дисциплины (перечислить разделы, основные темы)					
Предмет и основные понятия информатики, роль ПК и информатики в современной профессиональной деятельности. История и перспективы развития компьютерных систем. Основные понятие и методы теории информации. Информационные процессы, информационные технологии. Кодирование информации Персональный компьютер (ПК). Архитектура ПК. Процессор, его назначение и устройство. Материнская плата. Память (RAM, ROM). Внешние устройства ПК. Их назначение. Внешние устройства ПК. Их назначение Диски и дисководы (понятие емкости, плотности). Управление дисками (форматирование, защита от записи). Мультимедиа (компакт диски, звуковые платы). Программное обеспечение ПК. Операционная система (DOS, Windows). Системные, служебные и прикладные программы, языки программирования Операционные системы (DOS, Windows, Linux), их преимущества и недостатки. Основы информационной безопасности. Программы шпионы, брандмауэры. Инфицированные файлы. Вирусы. Антивирусные программы. Возможности, назначение и структура офисного пакета Microsoft Office. Интерфейс пользователя. Возможности и назначение текстового процессора Microsoft Word. Создание, сохранение, открытие документа. Редактирование и форматирование документа. Стили и шаблоны. Проверка орфографии. Тезаурус. Использование вставок и таблиц. Работа с буфером обмена. Возможности и назначение электронных таблиц Microsoft Excel. Статистическая обработка данных, анализ данных. Локальные сети. Глобальные сети. Internet. Техническая сторона: протоколы, маршрутизаторы, шлюзы. Описание адресов в Internet. Internet. Поисковые системы. Назначение и возможности. Электронная почта.					
Ответственная кафедра					
Кафедра общей и теоретической физики					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		Безопасность жизнедеятельности			
Курс(ы)	1	Семестр(ы)	2	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению таких дисциплин, как «Психология здоровья семьи», «Основы физической культуры и ЗОЖ». Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными в средней школе при изучении «Физической культуры» и «Основ безопасности жизни».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК-8: способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. ОК-9: готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: <ul style="list-style-type: none">- понятийно-терминологический аппарат в области безопасности;- основные опасности, их свойства и характеристики, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них, в том числе применительно к сфере своей профессиональной деятельности;- законодательные и правовые акты в области безопасности;- требования к безопасности в сфере профессиональной деятельности; Уметь: <ul style="list-style-type: none">- идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности; Владеть: <ul style="list-style-type: none">- способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях;- навыками применения средств индивидуальной и коллективной защиты в опасных и чрезвычайных ситуациях.- навыками оказания первой медицинской помощи					
Основное содержание дисциплины					
Общие основы безопасности Классификация опасностей Безопасность в сфере учебной и профессиональной деятельности Способы и технологии защиты в чрезвычайных ситуациях Основные причины и признаки неотложных состояний человека. Первая медицинская помощь при неотложных состояниях.					
Ответственная кафедра					
Кафедра безопасности жизнедеятельности и общемедицинских знаний					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Теория и практика массовой информации				
Курс(ы)	1-3	Семестр(ы)	1-6	Трудоемкость	17 з.е. (612 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			зачеты, экзамены		
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина относится к базовой части образовательной программы.</p> <p>Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению таких дисциплин, как «Основы интегрированных коммуникаций», «Стилистика и литературное редактирование», «Медиапланирование», а также прохождению учебных практик – прежде всего тех рассредоточенных, которые связаны с проблематикой взаимодействия рекламы и СО со СМИ.</p> <p>Студент, приступающий к изучению дисциплины, должен обладать знанием: основных понятий школьного курса «Обществознание»; уметь сопоставлять и анализировать явления, делать выводы, владеть некоторой суммой фактов из области современной журналистики, а также способностью находить необходимый материал в рекомендуемой литературе и в Интернете.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>ОК-5: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.</p> <p>ОПК-6: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать: типологические признаки и специфику всех основных разновидностей журналистики, базовые отечественные и зарубежные профессиональные стандарты работы журналиста (ОПК-6).</p> <p>Уметь: осуществляя профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в средствах массовой информации, ясно строить устную и письменную речь; готовить собственные журналистские материалы (ОК-5).</p> <p>Владеть: технологией и техникой процесса создания журналистских публикаций в рекламных целях и в целях формирования и поддержания корпоративной культуры, пониманием специфики конвергентной журналистики (ОПК-6).</p>					
Основное содержание дисциплины					
Ч. 1. Основы теории журналистики. Ч. 2. Система СМИ. Ч. 3. Методы журналистской деятельности. Ч. 4. Методология журналистики. Ч. 5. Новостная журналистика. Ч. 6. Проблематика журналистских публикаций. Ч. 7. Аналитическая журналистика. Ч. *. Публицистика. Ч. 9. Конвергентная журналистика.					
Ответственная кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		Основы интегрированных коммуникаций			
Курс(ы)	1-2	Семестр(ы)	1-4	Трудоемкость	12 з.е. (432 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачеты, экзамены	
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» является обязательной и относится к базовой части ОП. К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества и действующие в нем регуляторы. Этот ряд компетенций расширяется в ходе изучения на параллельных курсах профессионально-центрированных дисциплин, позволяющих обучающимся понимать суть информационно-коммуникационных процессов как важнейшей части общественных отношений, функции и принципы средств массовой информации и её структурные особенности как основного социального института в этой сфере, а также социологические, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования. Этот широкий круг компетенций является необходимой базой для более глубокого освоения такого важного направления деятельности как реклама и СО.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>Процесс изучения дисциплины Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) направлен на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>ПК-5: способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;</p> <p>ПК-6: способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;</p> <p>ПК-13: способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать: о рекламе и СО как о специфических социальных институтах, видах деятельности и видах маркетинговой коммуникации, используемых при функционировании отдельной организации и общества в целом; базовые понятия рекламы и СО, исторические этапы развития рекламной и СО-деятельности, основные классификации рекламных и СО-сообщений, достоинства и недостатки рекламных и СО-сообщений в зависимости от средств (каналов) распространения; основных профессиях специалистов в сфере рекламы и PR, круге их обязанностей; направлениях деятельности внутри редакционных и пресс-служб и рекламных агентств; правовые и этические принципы функционирования рекламы и СО в СМИ;</p> <p>Уметь: классифицировать рекламу и СО, отличать их друг от друга и от журналистики; работать с рекламными и СО-материалами в рамках конкретных должностных обязанностей;</p> <p>Владеть: навыками создания и анализа рекламных и СО-посланий применительно к профессиональным потребностям (в том числе связанным с формированием имиджа организации, продвижения товара или услуги) и задачам обеспечения общественного резонанса посланий.</p>					
Основное содержание дисциплины					
<ol style="list-style-type: none">1. Сущность и функции рекламы2. Процесс рекламной деятельности3. Целевая аудитория рекламы4. Виды рекламы5. Реклама в периодической печати.6. Реклама на телевидении.7. Реклама в Интернете.8. Реклама на радио.9. Формообразование в рекламе.10. Организация работы рекламного агентства.11. Рекламная служба в СМИ12. Политическая реклама.					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

13. Социальная реклама
14. Реклама в структуре СО.
15. Эффективность рекламы
16. Связи с общественностью (СО)
Цели, функции, принципы деятельности СО.
17. Институты СО.
18. Корпоративные отношения: механизм деятельности СО. 19. СО в системе маркетинговых коммуникаций.
20. Анализ и прогноз в структуре СО. 21. Имидж и пути его формирования средствами СО.
22. Имидж как средство позиционирования в СМИ. 23. Продвижение медиапродукта.
24. Технологии СО
25. 26. Взаимодействие со средствами массовой информации («медиаарилейшнз»). 27. Рекламные компоненты СО.
28. Управление кризисными ситуациями средствами СО. 30. Организация и проведение СО-кампаний. 28. Основные сферы СО-деятельности. 29. Эффективность связей с общественностью.
30. Тенденции развития СО в условиях общественной модернизации России

Ответственная кафедра

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Основы физической культуры и ЗОЖ				
Курс(ы)	1	Семестр(ы)	2	Трудоемкость	5 з.е. (180 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			зачет		
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению таких дисциплин, как «Психология здоровья семьи», «Безопасность жизнедеятельности». Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными в средней школе при изучении «Физической культуры» и «Основ безопасности жизни».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК-8: способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. ОК-9: готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: <ul style="list-style-type: none">- научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни;- социально-биологические основы физической культуры;- особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности. Уметь: <ul style="list-style-type: none">- использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни. Владеть: <ul style="list-style-type: none">- средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.					
Основное содержание дисциплины					
Теоретический раздел: <ul style="list-style-type: none">- Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.- Социально-биологические основы физической культуры.- Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья.- Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности.- Общая физическая и спортивная подготовка в системе физического воспитания.- Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом.- Спорт. Всероссийский спортивный комплекс «Готов к труду и обороне». Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.- Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.- Профессионально-прикладная физическая подготовка. Физическая культура в профессиональной деятельности бакалавра.					
Ответственная кафедра					
Кафедра физической культуры и БЖД					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Основы искусствознания				
Курс(ы)	1	Семестр(ы)	1	Трудоемкость	3 з.е. (108 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			экзамен		
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Основы искусствознания» является обязательной для изучения; входит в базовую часть образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к изучению таких дисциплин, как «Философия» и «Культурология». Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать необходимыми компетенциями, сформированными у студентов в результате обучения в средней общеобразовательной школе, и получаемыми параллельно при освоении дисциплин «История зарубежного искусства», «История отечественного искусства».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Данная дисциплина способствует формированию следующих компетенций: ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию. ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. ПК-14: способность реализовывать знания в области рекламы и СО как сферы профессиональной деятельности.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: основные понятия, связанные с изучением предмета, виды и жанры искусства; особенности языка живописи, музыки, скульптуры и т.д., периодизацию, стилистические проблемы истории мирового искусства. Уметь: использовать полученные знания в дальнейшей практической работе, правильно ориентироваться в массиве общекультурных мероприятий. Владеть: навыками личностных ориентаций в мире искусства.					
Основное содержание дисциплины					
Искусство как эстетическое познание действительности. Классификация искусств. Искусства пространственные и временные, изобразительные и выразительные. Функции искусства: ценностная, социальная, воспитательная, коммуникативная, декоративная. Живопись и графика. Основные виды и жанры. Скульптура и ее виды. Музыка, ее виды и жанры. Музыкальные инструменты. Искусство пения; виды вокального искусства. Архитектура, ее виды и формы. Театральное искусство и его виды. Происхождение и развитие театра как искусства. Искусство кино. Виды и жанры киноискусства. История кинематографа. Декоративно-прикладное искусство. Искусство фотографии. Художественные эпохи и их исторические границы. Различие понятий "эпоха" и "стиль" в истории искусств. Художественный метод и художественный стиль. Понятие о стиле в архитектуре и изобразительных искусствах. Проблема синтеза искусств.					
Ответственная кафедра					
Кафедра теории литературы и русской литературы XX в.					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		История зарубежного искусства		
Курс(ы)	1	Семестр(ы)	1	Трудоемкость 5 з.е. (180 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			экзамен	
Место дисциплины в структуре ОП				
Дисциплина «История зарубежного искусства» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать общекультурному развитию студентов и их готовности к освоению дисциплин: «Культурология», «Философия», «Современные зарубежные СМИ», «История искусствознания», прохождению производственной и преддипломной практик. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями в области мировой художественной культуры в рамках средней школы.				
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина				
Данная дисциплина способствует формированию следующих компетенций: Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2). Способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).				
Планируемые результаты обучения				
<p>Знать: историю искусства доиндустриального периода, образы-символы, созданные в искусстве и литературе зарубежных стран.</p> <p>Уметь: опираться на знания по истории искусства доиндустриального периода в соответствующих профильных видах деятельности в образовательных и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.</p> <p>Владеть: способностью применять полученные знания по истории искусства в соответствующих профильных видах деятельности.</p>				
Основное содержание дисциплины				
<p>Древний Восток (3 тыс. до н.э. — 5 в. н.э.): Египет, Месопотамия, Индия, Китай. Пантеоны. Эпос. Периодизация искусства. Знаменитые представители и их произведения.</p> <p>Античность. Эгейское искусство. Искусство гомеровского периода. Архаическое искусство и героический эпос Гомера. Мусические агоны. Архаическая лирика. Искусство классического периода Древней Греции. Античный театр. Искусство эллинизма. Вторая софистика. Эпоха принципата Августа. Позднеантичное искусство. Раннехристианское искусство Запада и Византии. Античные авторы, скульпторы, архитекторы.</p> <p>Средние века. Эпос Западной Европы. Каролингское Возрождение. Куртуазная литература. Романский и готический стиль в архитектуре. Представители и их произведения. Эпоха Возрождения. Итальянское, французское, испанское, германское, нидерландское, английское Возрождение: Периодизация. Два направления в искусстве. Гуманисты и их произведения.</p> <p>Художественные стили в XVII в.: барокко, классицизм, реализм. Европейское барокко в живописи и архитектуре: Караваджо, Лоренцо Бернини, Диего Веласкес, Питер Пауль Рубенс, Харменс ван Рейн Рембрандт. Католическое барокко в архитектуре.</p> <p>Французский классицизм в литературе. Творчество Пьера Корнеля (трагикомедия "Сид"), Жана Расина (трагедия "Федра"). Особенности архитектуры французского классицизма. Эпоха Версаля.</p> <p>Эпоха Просвещения. Просветительская литература во Франции XVIII в. Творчество Вольтера и вольтерьянство. Философская повесть "Кандид". Живопись Франции XVIII в. (Делакруа, Жак Луи Давид). Руссо и руссоизм. Дидро и энциклопедисты.</p> <p>Литература и искусство Англии XVIII в. Английский сентиментализм. Эстетические принципы.</p> <p>Немецкая литература и искусство в XVIII в. Творчество Г. Э. Лессинга: теория, критика искусства и драматургия.</p> <p>Творчество Гете. Творчество Шиллера. Романтизм в литературе и живописи во Франции первой половины XIX века. Творчество Виктора Гюго, Ж. Санд. Художник К. Коро.. Романтизм в Англии. Творчество У. Блейка; "Озерная школа": У. Вордсворт, С. Т. Колридж, Р. Саути. Живопись У.</p>				



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Тёрнера, Дж. Констебля. Творчество Байрона. Общая характеристика литературы США: 3 этапа романтизма. Творчество В. Ирвинга, Дж. Купера, Г. Лонгфелло, Н. Готорна, Г. Мелвилла, Э. По, У. Уитмена. Французский реализм. Творчество Ф. Стендаля. "Красное и черное" — социально-психологический роман реализма. Творчество О. де Бальзака, Проспера Мериме, Г. Флобера. Роман "Мадам Бовари". Литература и искусство викторианской эпохи в Англии. Творчество Чарльза Диккенса, У. М. Теккерея. Типология символизма. Символизм во французской и английской литературе. Французский импрессионизм: Э. Мане, П. Сезанн, Э. Дега, К. Моне, К. Писарро, О. Ренуар, А. Сислей. Неоромантизм и английская литература начала XX века. Творчество Киплинга, Д. Конрада, Р. Стивенсона. Немецкая литература рубежа XIX–XX веков. Круг писателей "Молодой Вены". Р. М. Рильке Творчество братьев Т. и Г. Манна и немецкая литература начала XX века. Литература США рубежа XIX — XX вв.

Ответственная кафедра

Кафедра зарубежной литературы



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		История отечественного искусства			
Курс(ы)	1-2	Семестр(ы)	2-3	Трудоемкость	5 з.е. (180 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Данная дисциплина является обязательной для обучающихся. Для успешного освоения дисциплины студенты должны владеть компетенциями, сформированными в школьных курсах по мировой художественной культуре и по литературе, а также в процессе изучения курса «История». Дисциплина «История отечественного искусства» предваряет изучение «Культурологии» и является важной теоретической и эстетической опорой для последующего курса «Разработка и технология производства рекламного и СО-продукта».</p> <p>Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: основные литературоведческие термины, знакомство с которыми предполагается в рамках школьной программы, роды и жанры художественной литературы, основные виды искусства и художественно-изобразительные средства.</p> <p>Уметь: анализировать художественный текст и произведения разных видов искусства (живописи, архитектуры и др.)</p> <p>Владеть: базовыми навыками анализа художественного произведения разных видов искусства.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК – 2 Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции					
ОК-7 Способность к самоорганизации и самообразованию является одним из профессионально-важных качеств обучающегося, позволяющих успешно осваивать образовательную программу.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: Основные этапы и особенности исторического развития России; имена деятелей прошлого ;цели и задачи самоорганизации личности, базовые категории и направления самообразования ;					
Уметь: Обнаруживать взаимосвязь исторических событий и устанавливать причинно-следственные отношения между ними; объяснять логику исторического развития ;моделировать стандартные проблемные ситуации, связанные с самоорганизацией, находить пути оптимального решения, оценивать результаты действий, направленных на самообразование .					
Владеть: Практикой анализа исторического материала; приемами изложения, аргументации и защиты высказываемых научных положений (концепции); навыками обобщения исторической информации ;навыками самостоятельной работы, обработки и анализа информации, приёмами самоконтроля, самооценки и самовоспитания.					
Основное содержание дисциплины					
Древнерусское искусство Русское искусство XVIII века. Русское искусство первой половины XIX века. Русское искусство второй половины XIX века					
Ответственные кафедры					
Кафедра русской словесности и культурологии Кафедра теории литературы и русской литературы XX века					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Компьютерный дизайн				
Курс	1	Семестр	1	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			зачет		
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина в вариативную часть образовательной программы. Преподавание курса «Компьютерный дизайн» сопрягается также с сопутствующей дисциплиной «Теория и практика массовой информации», на базе которой обучающиеся получают представление о различных направлениях редакционной работы, социальных и профессионально-творческих сторонах формирования контента СМИ. Это позволяет в неразрывной связи рассматривать содержательные и технологические компоненты этого медиапроцесса. Знания и навыки, полученные в результате изучения курса «Компьютерный дизайн», углубляются и конкретизируются в ходе освоения последующих дисциплин: например, «Основы менеджмента в рекламе и СО», ряда прикладных дисциплин по выбору, профессионально-творческих практикумах, начальной профилизации и прохождения ими учебной и производственных практик.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: способность осуществлять под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы – по ФГОС ОПК-1, ПК-8.					
Планируемые результаты обучения					
В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен: Знать: особенности технической базы и новейших цифровых технологий, применяемых в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа; методы и технологию подготовки медиапродукта; современные тенденции дизайна и инфографики в СМИ; Уметь (владеть): использовать в профессиональной деятельности цифровые и IT-технологии, цифровую технику, пользоваться основными операционными системами, программным обеспечением, необходимым для создания и обработки текстов, цифровыми устройствами ввода текстовой и графической информации, системами передачи и обмена информации, уметь использовать в профессиональной работе мобильную связь; оперативно готовить материалы, используя различные знаковые системы (текстовую, графическую, фото-, аудио-, видео) для размещения на различных мультимедийных платформах (печатных, традиционных и он-лайнных), приводить печатные тексты, интернет-материалы в соответствие со стандартами, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов; участвовать в производственном процессе выхода издания (верстке номера или программы).					
Основное содержание дисциплины (перечислить разделы, основные темы)					
Тема 1. Введение в блок курса «Печатные СМИ»; Тема 2. Технологические процессы производства печатного издания; Тема 3. Компьютерная технология в полиграфии; Тема 4. Типографика; Тема 5. Оформление текста; Тема 6. Верстка полосы.					
Ответственная кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Элективные курсы по физической культуре				
Курс(ы)	1-3	Семестр(ы)	1-6	Трудоемкость	9 з.е. (328 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	зачет				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению таких дисциплин, как «Психология здоровья семьи», «Безопасность жизнедеятельности». Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными в средней школе при изучении «Физической культуры» и «Основ безопасности жизни».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК-8: способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. ОК-9: готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности. Уметь: выполнять индивидуально подобные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры, композиции ритмической и аэробной гимнастики, комплексы упражнения атлетической гимнастики; выполнять простейшие приемы самомассажа и релаксации; преодолевать искусственные и естественные препятствия с использованием разнообразных способов передвижения; выполнять приемы защиты и самообороны, страховки и самостраховки; осуществлять творческое сотрудничество в коллективных формах занятий физической культурой. Владеть: средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития.					
Основное содержание дисциплины					
Физическая культура в профессиональной подготовке студентов и социокультурное развитие личности студента. Социально-биологические основы адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, факторам среды обитания. образ жизни и его отражение в профессиональной деятельности. общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе. социально-биологические основы адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, факторам среды обитания. образ жизни и его отражение в профессиональной деятельности. Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе. методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями и самоконтроль в процессе занятий. профессионально-прикладная физическая подготовка будущих специалистов.					
Ответственная кафедра					
Кафедра физической культуры и безопасности жизнедеятельности					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Культурология				
Курс(ы)	2	Семестр(ы)	3	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			зачет		
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Культурология» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к систематизации ранее полученных знаний в процессе изучения дисциплин: «История отечественного искусства», «История зарубежного искусства», «Основы искусствоведения».</p> <p>Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, умениями и компетенциями, полученными в средней общеобразовательной школе, в результате изучения дисциплин общекультурной направленности.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>ОК-2: способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.</p> <p>ОК-5: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать: основной понятийный аппарат дисциплины; общие вопросы культурологии как научной дисциплины; этапы развития культурологической мысли; ведущие культурологические концепции различных эпох.</p> <p>Уметь: объяснить явления культуры, их роль в человеческой жизнедеятельности, различать формы и типы культур, основные культурно-исторические центры и регионы.</p> <p>Владеть: полученными знаниями для оценки явлений культуры и произведений искусства; навыками социального и культурного взаимодействия; грамотно и логично излагает учебный материал, ведет дискуссию, формулирует свое отношение к проблеме; корректно участвует в дискуссиях со смежными специалистами в области гуманитарного знания; доказывает обоснованность своих суждений в области культуры.</p>					
Основное содержание дисциплины					
<p>Раздел 1. Основы культурологии. Культурология как научная дисциплина. Современные парадигмы культурологического знания.</p> <p>Ведущие вопросы раздела: Культурология как наука. Многообразие подходов к определению термина «культура». Традиции, ценности, нормы. Многообразие культур: этнокультуры, национальные культуры, субкультуры. Современные парадигмы культурологического знания</p> <p>Раздел 2. Культурологические концепции Нового времени.</p> <p>Ведущие вопросы раздела: Появление понятия «цивилизация» в эпоху Просвещения. Соотношение понятий «культура» и «цивилизация». Признаки цивилизации. О «культурно-исторических типах» Н.Я. Данилевского. К.Н. Леонтьев о культурно-историческом пути России. Морфология культуры О. Шпенглера. «Вызов» и «ответ» как причины развития культуры в теории А. Дж. Тойнби. Типология культуры К. Ясперса.</p> <p>Раздел 3. Проблема кризиса культуры в культурологии XX века.</p> <p>Ведущие вопросы раздела: Изучение кризиса современной культуры и его причин. Книга Романо Гвардини «Конец Нового времени».</p> <p>Раздел 4. Культурологические концепции Новейшего времени: игровые концепции культуры.</p> <p>Ведущие вопросы раздела: Й. Хейзинга. Х. Ортега-и-Гассет. Игра как культурно-историческая универсалия.</p> <p>Раздел 5. Типологизация как метод исследования культур. Понятие типа культуры. Типология культур.</p> <p>Ведущие вопросы раздела: Принципы типологизации культуры: эволюционный и цивилизационный подходы, культурный релятивизм. Древнейшие формы культуры и мифологическое сознание. Особенности развития западноевропейской культуры.</p>					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Раздел 6. Специфика русской культуры, место России в мировом культурном процессе.
Ведущие вопросы раздела: В.С. Соловьев, И.А. Ильин, В.В. Розанов, Н.С. Грубецкой и др. о русской идее. Публицистика Ф.М. Достоевского и термин «русская идея». Концепция В.С. Соловьева, его понимание этапов русской истории. Русские мыслители о судьбе России: дома и в эмиграции. Н.А. Бердяев о культуре и цивилизации. П.А. Флоренский: культ как исток культуры.

Ответственная кафедра

Кафедра русской словесности и культурологии



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Социология				
Курс(ы)	2	Семестр(ы)	3	Трудоемкость	3 з.е. (108 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			экзамен		
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Социология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Основы теории коммуникаций». Студент, приступающий к изучению дисциплины, должен обладать знаниями, умениями, навыками/опытом практической деятельности, полученными ранее в ходе изучения дисциплин: «История», «Культурология».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК-5: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия ПК-10: способность организовывать и проводить социологические исследования					
Планируемые результаты обучения					
Знать: требования к составлению социологического инструментария и методику проведения полевого социологического исследования (ПК-10); Уметь: анализировать социально значимые проблемы и процессы, их причины, правильно интерпретировать конкретные проявления коммуникативного поведения в различных ситуациях общения, в том числе в ситуации межкультурных контактов (ОК-5); Владеть: способностью работать в группе для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5)					
Основное содержание дисциплины					
Раздел 1. Социология как наука Объект, предмет и методы социологии. Структура социологического знания. Основные этапы развития социологии в мире и в России.					
Раздел 2. Общество как социальная система Сущность и строение общества. Типологии обществ. Российское общество: проблемы изучения и развития.					
Раздел 3. Социальная структура общества Социальная структура как социологическая категория. Социальные общности и группы. Социальные институты и социальные организации современного общества.					
Раздел 4. Личность и общество Социологические концепции личности. Социализация личности. Девиантное поведение и социальный контроль					
Раздел 5. Социальная стратификация и социальная мобильность Понятие и типология социальной стратификации. Социальная мобильность, её виды.					
Раздел 6. Социальные и социокультурные процессы и изменения Социальные изменения и процессы. Культура как фактор социальных изменений. Модернизация, глобализация, локализация в современном мире.					
Ответственная кафедра					
Кафедра социологии и управления персоналом					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Политология				
Курс(ы)	2	Семестр(ы)	4	Трудоемкость	3 з.е. (108 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Политология» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к осмыслению социально-политических процессов, формированию политической культуры, выработке личной позиции; умению анализировать политическую жизнь страны, ее основные характеристики; освоению дисциплин: «Философия», «Социология», «Выборные технологии». Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными ранее в ходе изучения обществознания и других общественно-научных дисциплин.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс обучения направлен на развитие следующего комплекса компетенций: ОК-4: способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности. ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: - объект, предмет и метод политологии, ее место в системе социально-гуманитарных дисциплин; историю политических учений; теорию власти и властных отношений; сущность политической системы, институциональные аспекты политики, политических отношений и процессов; понятийно-категориальный аппарат науки; современные политические школы и течения; методы политологии; особенности глобализации политической сферы. Уметь: анализировать политический процесс в России и в мире; характеризовать современные политологические теории; классифицировать политические процессы и явления; выделять сущностные характеристики политических процессов и явлений; сравнивать политический процесс в России и в других странах; выявлять взаимное влияние процессов политической и социальной сферы жизни общества; анализировать сочетание глобального, национального и регионального аспектов политической жизни. Владеть: методологией и методикой анализа политической ситуации в мире, регионе и обществе, прогнозирования ее вероятных изменений, выработки возможного варианта политического решения той или иной проблемы; технологией ведения дискуссии, аргументировано отстаивать свою позицию; навыками анализа научной политологической информации; навыками управленческой деятельности работников учреждений социальной сферы.					
Основное содержание дисциплины					
Раздел I. Теоретико-методологические проблемы политологии. Тема 1. Политология как наука. Тема 2. История развития политологической мысли. Раздел II. Политика и политическая власть. Тема 2. Политика как общественное явление. Тема 3. Политическая власть. Раздел III. Институциональные аспекты политики. Тема 4. Политическая система общества. Тема 5. Государство как основной институт политической системы Тема 6. Гражданское общество и правовое государство. Тема 7. Тоталитарный и авторитарный политические режимы. Тема 8. Демократический режим. Раздел IV. Субъекты политических действий. Тема 9. Личность и социальные группы как субъекты политики. Тема 10. Политическая элита. Тема 11. Политическое лидерство.					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Тема 12. Политические партии и партийные системы.

Раздел V. Социокультурные аспекты политики.

Тема 13. Политические идеологии.

Тема 14. Политическая культура и политическая социализация.

Раздел VI. Политический процесс.

Тема 15. Избирательные системы.

Тема 16. Международные политические процессы.

Ответственная кафедра

Кафедра социологии и управления персоналом



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		Экономика и управление			
Курс(ы)	2	Семестр(ы)	4	Трудоемкость	3 з.е. (108 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации		экзамен			
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Экономика и управление» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования и ситуативный анализ», «Организация работы отделов РСО», «Экономическая география», прохождению учебной и производственной практик. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями и умениями, связанными с уровнем сформированности у студентов ключевых компетенций, которые они приобрели на 1 и 2 курсе.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями: ОК-3: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности. ПК-1: способность принимать участие в 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 деятельности по связям с общественностью. ПК-2: владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы. ПК-4: владение навыками подготовки проектной документации: технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: механизмы функционирования основных экономических законов (закона спроса и предложения, закона экономии на масштабах, закона убывающей доходности и др.); основы микроэкономики на уровне механизма функционирования отдельных рынков и в аспекте предприятия или фирмы; основы макроэкономики в части механизмов экономической динамики (экономического цикла) с позиций факторов их определяющих, механизмы достижения макроэкономического равновесия на примере ключевых моделей – AD-AS, IS-LM, закономерности развития сферы денежного обращения, финансовой сферы, сферы занятости; основы мировой экономики и международных экономических отношений; особенности переходной экономики. Уметь: применять знание основных экономических законов и закономерностей к общей оценке тех или иных ситуаций, возникающих в экономической действительности; использовать нормативно-правовые документы экономического плана в своей деятельности; анализировать потенциальные выгоды и потери, возникающие в связи с возможностью своего участия в различного рода сделках (купля-продажа жилья, ценных бумаг, осуществление сбережений); использовать навыки работы с экономической информацией из различных источников для решения для решения профессиональных и социально-экономических задач; применять полученные знания в рамках своей профессиональной деятельности. Владеть: базовым категориальным аппаратом экономики (экономической теории); навыками самостоятельной работы с учебной и справочной литературой в рамках данного курса; общими навыками анализа текущей экономической ситуации с тем, чтобы принимать правильные решения в части оптимизации структуры затрат на покупку дорогостоящих товаров длительного пользования; дальнейшего трудоустройства, осуществления крупных вложений в дополнительное образование и пр.					
Основное содержание дисциплины					
1. Введение в экономику. Становление и развитие экономической теории. Предмет и метод. Производственные возможности общества и экономический выбор. Экономические системы и отношения. Экономический рост. Пределы экономического роста. Основные факторы					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

экономического роста.

2. Микроэкономика. Рыночная экономика как один из типов экономических систем. Рынок: сущность, структура и основные признаки. Предпринимательская деятельность: сущность и основные виды. Функционирование предприятий. Рынок капитала. Процентная ставка и дисконтирование.

3. Макроэкономика. Макроэкономическое равновесие. Потребление и сбережения. Инвестиции. Денежная система государства. Денежная масса. Денежный мультипликатор. Кредитно-банковская система. Роль банков в обеспечении экономического роста. Финансовая система. Государственный бюджет: сущность, функции и структура. Экономическая безопасность страны. Мировой рынок и структурные сдвиги в мировой торговле. Протекционизм. Свободная торговля.

Ответственная кафедра

Кафедра экономической теории



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		История рекламы и СО			
Курс(ы)	2	Семестр(ы)	3	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				экзамен	
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» относится к вариативной части ОП и является обязательной. Она тесно связана с изучением таких дисциплин, как «История отечественного искусства», «История зарубежного искусства», «Основы искусствознания»					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс изучения дисциплины «История рекламы и СО» направлен на формирование следующих компетенций: ОК-2: способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; ОПК-6: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности					
Планируемые результаты обучения					
Знать: базовые события европейской и российской истории, особенности исторического развития рекламы и СО как феноменов культуры, факторы, определяющие их изменения в разные исторические периоды (политические, правовые, экономические, социокультурные); разбираться в понятиях субъект культуры, пути и способы влияния словесной культуры на формирование личности. Уметь: ориентироваться в проблематике и структуре взаимодействия языка, литературы и духовного развития личности; работать с историческими источниками, анализировать процесс развития рекламы и СО; использовать накопленный позитивный опыт агентств, редакций и рекламистов. Владеть: различными методами изучения и изложения исторического материала; стремиться понять мотивы, этику, логику, творческие принципы, которыми руководствовались рекламисты в прошлом и настоящем; приемами нахождения основ социального и культурного взаимодействия, религиозной терпимости и толерантности; методикой анализа особенностей рекламы в синхроническом и диахроническом аспектах.					
Основное содержание дисциплины					
Тема 1. Истоки рекламной коммуникации (протореклама). Тема 2. Культурная реклама в период Средневековья. Тема 3. Коммерческая реклама в период Возрождения и Нового времени. Тема 4. Первые СМИ как рекламоносители. Реклама в России XVIII века. Тема 5. Западноевропейская и российская реклама XIX века. Тема 6. Реклама на рубеже XIX – XX веков. Тема 7. Зарубежная реклама и СО XX века. Реклама и связи с общественностью в СССР. Тема 8. Тенденции развития рекламы и СО на современном этапе.					
Ответственная кафедра					
Журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Стилистика и литературное редактирование				
Курс(ы)	2-3	Семестр(ы)	4-5	Трудоемкость	5 з.е. (180 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	экзамен				
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» является обязательной для изучения и относится к вариативной части образовательной программы. Курс занимает важное место в общеобразовательном процессе и направлен на формирование языковой культуры, что является необходимым условием для подготовки профессионалов в области социальных коммуникаций. Кроме того, курс имеет прикладное значение и дает необходимые средства для литературного редактирования. Курс «Стилистика и литературное редактирование» является завершающей частью общелингвистической подготовки специалиста. С одной стороны, он базируется на знании курса русского языка во всех его аспектах (дисциплина «Современный русский язык»), с другой - имеет самостоятельное образовательное значение и занимает отдельное место в системе учебных дисциплин, изучаемых студентами.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>ОПК-3: обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать: в полной мере психологические особенности профессиональной редакторской работы над текстом массовой коммуникации; различные виды текста и особенности работы над ними; Уметь: пользоваться методикой работы с фактическим материалом; Владеть: методами и навыками стилистической правки текста при сохранении его авторских особенностей; логическими основами и композиционными приемами редактирования текста.</p>					
Основное содержание дисциплины					
<p>Тема 1. Функциональные стили. Язык художественной литературы Тема 2. Лексическая сочетаемость. Выбор слова. Стилистическое использование многозначности слова. Омонимия. Тема 3. Стилистическое использование синонимов, антонимов. Смещение паронимов. Тема 4. Стилистические функции неологизмов, стилистическое использование иноязычных слов, терминов, профессионализмов Тема 5. Стилистическое использование фразеологических средств языка Тема 6. Колебания в роде имен существительных. Синонимия имен прилагательных. Тема 7. Синонимия форм глагола, варианты форм причастий и деепричастий Тема 8. Синонимия беспредложных и предложных конструкций Тема 9. Стилистическое использование параллельных синтаксических конструкций в различных функциональных стилях. Тема 10. Аннотирование как основной вид аналитико-синтетической переработки текста. Тема 11. Реферирование как одна из форм извлечения и фиксирования информации при чтении в соответствии с принципами определенной модели. Тема 12. Предмет и содержание курса литературного редактирования Тема 13. Редактор-организатор редакционно-издательского процесса Тема 14. Работа над фактическим материалом Тема 15. Логические основы редактирования Тема 16. Выявление и устранение смысловых ошибок Тема 17. Работа над композицией рукописи Тема 18. Основные виды текстов в зависимости от характера изложения. Тема 19. Работа над языком и стилем рукописи Тема 20. Использование клише и устранение речевых штампов в языке газеты</p>					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Тема 21. Выбор заголовка.
Тема 22. Методика и техника правки рукописи.
Тема 23. Виды правки. Задачи правки-вычитки.
Тема 24. Правка-сокращение. Правка-переделка.
Тема 25. Правка-обработка как основной вид редакторской правки.

Ответственная кафедра

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Культура письменной речи				
Курс(ы)	2	Семестр(ы)	4	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	зачет				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Культура письменной речи» является дисциплиной по выбору студента, относится к вариативной части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплины «Стилистика и литературное редактирование», прохождению производственной и преддипломной практик. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными при изучении дисциплины «Современный русский язык».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК-5: способность к коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; ОПК-3: обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; ПК-16: способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: стилистическую систему современного русского языка на всех его структурных уровнях; стилистические нормы употребления маркированных языковых средств в различных речевых ситуациях; знать специальные технологии общения, групповой работы и уметь применять их на практике; приобрести навыки по использованию различных форм общения, таких, как деловой разговор, научная беседа, деловое обсуждение и научная дискуссия спор и т.д. Уметь: стилистически нормативно употреблять варианты словоизменения в книжных стилях (в отличие от разговорного); использовать параллельные синтаксические конструкции (в зависимости от сферы общения); применять правила делового и научного общения; составлять научные и деловые тексты различных жанров. Владеть: методикой отбора наиболее оправданных языковых единиц; норм делового общения и делового этикета; практическими навыками делового и научного общения и этикета.					
Основное содержание дисциплины					
1.Текст как продукт речемыслительной деятельности. 2.Смысловая, композиционно-стилистическая и синтаксическая структуры текста. 3.Структура и композиция текста. 4.Способы изложения материала. 5.Функционально-смысловые типы речи 6. Связность текста и внутритекстовые связи. 7. Эксплицитные и имплицитные текстовые связи. 8.Виды и классификация внутритекстовых связей. 9. Особенности научного стиля.10. Виды конспектов. Интегральный конспект, алгоритм его составления. Смысловые элементы научного текста в конспекте. 11. Особенности реферата как студенческой письменной работы. Оформление отдельных видов текстового материала.					
Ответственная кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		Экономическая география			
Курс(ы)	2	Семестр(ы)	4	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Экономическая география» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Организация работы отделов РСО», «Коммерция», «Основы маркетинга». Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями и умениями, связанными с уровнем сформированности у студентов ключевых компетенций, которые они приобрели на 1 и 2 курсе.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Данная дисциплина способствует формированию следующих компетенций: ОК-3: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности. ПК-14: способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: основные направления становления и развития экономической географии России с конца ХУП - до настоящего времени, а также предоставить им возможность ознакомиться с трудами основоположников этих направлений; основные закономерности и принципы территориального размещения производительных сил; сущность, структуру и механизм функционирования народного хозяйства Российской Федерации. Уметь: обсудить основные экономические проблемы, связанные с функционированием народного хозяйства Российской Федерации; пользоваться методологической базой для дальнейшего изучения основных проблем территориального размещения производительных сил и повышения эффективности функционирования народного хозяйства. Владеть: навыками, позволяющими разбираться в экономической политике Правительства Российской Федерации, в частности, в области размещения основных отраслей народного хозяйства нашей страны, а также в повышении эффективности их функционирования.					
Основное содержание дисциплины					
Раздел 1. Введение в экономическую географию России. Тема №1. Экономическая география – наука о размещении и территориальной организации народного хозяйства. Раздел №2. Общая экономическая география. Тема №2. Общие закономерности размещения производительных сил. Тема №3. Природно-ресурсный потенциал и его экономическая оценка. Тема №4. Научно-технический потенциал и научный прогресс. Тема №5. Население и трудовые ресурсы. Раздел №3. Отраслевая экономическая география (Роль и место отдельных отраслей народного хозяйства в экономике Российской Федерации). Тема №6. Общая характеристика основных отраслей народного хозяйства Российской Федерации. Тема №7. Топливо-энергетическая промышленность. Тема №8. Металлургия и металлообработка. Тема №9. Химическая промышленность. Тема №10. Легкая промышленность. Тема №11. Лесная промышленность. Тема №12. Сельское хозяйство. Тема №13. Транспорт. Раздел №4. Региональная экономическая география. Тема №14. Экономическое районирование Российской Федерации.					
Ответственная кафедра					
Кафедра экономической теории					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Речевое и визуальное воздействие на аудиторию				
Курс(ы)	2	Семестр(ы)	3	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			зачет		
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Речевое воздействие на аудиторию» является дисциплиной по выбору студента, относится к вариативной части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Конфликтология», «Деловое общение», «Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и СО», прохождению производственной и преддипломной практик. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными в ходе изучения дисциплин «Современный русский язык», «Культура письменной речи».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
В результате изучения данного курса обучающийся должен приобрести следующие компетенции: ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; ОПК-3: обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; ПК-1: способность принимать участие в 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 деятельности по связям с общественностью, ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: базовые понятия курса "Речевое и визуальное воздействие на аудиторию"; основные коммуникативные качества речи; основные языковые и неязыковые средства воздействия на аудиторию. Уметь: выполнять письменные задания различного уровня сложности по орфоэпическим, акцентологическим, морфологическим и синтаксическим нормам; уметь пользоваться нормативными словарями и справочниками русского языка; грамотно в орфографическом, пунктуационном и речевом отношении оформлять письменные тексты, используя словари и справочники; анализировать речевую ситуацию, строить речь (устную или письменную) в соответствии с выбранным функциональным стилем; правильно строить устное и письменное высказывание (в соответствии с требованиями норм языка, культуры речи); свободно владеть нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации, при подготовке журналистских публикаций. Владеть: нормами русского литературного языка; основами ораторского искусства; правилами русского речевого этикета и невербальной коммуникации (мимика, жесты, дистанция общения).					
Основное содержание дисциплины					
Язык. Речь. Речевая деятельность. Речевое воздействие и речевое манипулирование. Объект и субъект воздействия. Когнитивные механизмы речевого воздействия. Объект и субъект воздействия. Когнитивные механизмы речевого воздействия. Объект и субъект воздействия. Когнитивные механизмы речевого воздействия. Грамматические средства выразительности. Ситуация письменного общения и графико-орфографические средства выразительности речи. Ситуация устного общения и воздействующие средства языка. Радио речь и звуковые средства воздействия. Телеречь: единство звука и изображения как фактор воздействия на аудиторию.					
Ответственная кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		Основы медиакритики			
Курс(ы)	2	Семестр(ы)	3	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Основы медиакритики» является дисциплиной по выбору студента и относится к вариативной части образовательной программы. Ее освоение проходит в третьем семестре, после изучения нескольких обобщающих дисциплин, связанных с теорией и историей журналистики. Необходимыми входными знаниями для ее изучения являются понимание роли СМИ в современном демократическом обществе, смысла социальной ответственности журналистики и журналиста (предшествующая дисциплина «Теория и практика массовой информации»). Знания, полученные в ходе изучения «Основ медиакритики», будут необходимы студенту для освоения дисциплин: «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации».</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию, ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать: особенности медиакритики, ее основные направления и виды; представлять себе тенденции развития данного явления. Уметь: разбираться в существующей медиакритической практике; готовить собственные выступления и материалы подобного рода. Владеть: навыками анализа и интерпретации медийных явлений, ведущими жанрами медиакритики.</p>					
Основное содержание дисциплины					
<p>Тема 1. Специфика медиакритики. Тема 2. Аспекты, направления и виды медиакритической деятельности. Тема 3. Аудитория медиакритики. Медиакритика и медиаобразование. Тема 4. Особенности восприятия, анализа и интерпретации медийных текстов. Тема 5. Краткая история медиакритики. Тема 6. Жанры медиакритики. Тема 7. Тенденции развития современной медиакритики. Медиакритика в условиях информационных войн.</p>					
Ответственная кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Философия				
Курс(ы)	3	Семестр(ы)	5	Трудоемкость	3 з.е. (108 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			экзамен		
Место дисциплины в структуре ОП					
Курс относится к базовой части и является обязательной в общеобразовательной программе. Концептуально курс, читаемый в пятом семестре, связан с дисциплинами «Концепции современного естествознания», изучаемой в седьмом семестре; «Логика», изучаемой в шестом семестре; «Религиоведение», изучаемой в третьем семестре; «История», изучаемой во втором семестре. Курсы «Экономика», «Социология», «Культурология», «Психология», выступают в данном случае качестве вспомогательных: они предоставляют эмпирический материал для аналитической и синтетической работы.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы следующие общекультурные компетенции: ОК-1 - способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: фундаментальные достижения человеческой духовной культуры, выраженные в философской мысли; ключевые проблемы современной философии; понятийно-категориальный аппарат философии. Уметь: применять полученные знания в профессиональной деятельности; интерпретировать важнейшие вопросы теоретического миропонимания. Владеть: навыками получения, анализа и обобщения необходимой информации.					
Основное содержание дисциплины					
Модуль 1. Введение в философию. Раздел 1. Предмет философии. Раздел 2. Место и роль философии в культуре. Раздел 3. Структура философского знания. Раздел 4. Монизм, дуализм, плюрализм. Раздел 5. Метафизика и диалектика. Раздел 6. Идеализм, материализм, универсализм. Модуль 2. Понятийно-категориальный аппарат философии. Раздел 1. Понятия, категории, универсалии. Раздел 2. Бытие/небытие. Раздел 3. Материя/сознание. Раздел 4. Объект/субъект. Раздел 5. Движение и развитие. Раздел 6. Пространство и время. Раздел 7. Язык и речь. Раздел 8. Сознание и мышление. Раздел 9. Бессознательное и сверхсознательное. Модуль 3: История философии. Раздел 1. Исторический и этно-национальный срез истории философии. Раздел 2. Герметическая философия Древнего Египта. Раздел 3. Древнекитайская философия. Раздел 4. Античная философия. Раздел 5. Философия средневековья и эпохи Возрождения. Раздел 6. Философия Нового времени. Раздел 7. Философия XX века. Раздел 8. Русская религиозная философия всеединства и софийности. Раздел 9. Философия русского космизма (ноосферная философия). Модуль 4. Социальная философия. Раздел 1. Предмет социальной философии. Раздел 2. Социальная философия и социология в системе гуманитарной науки. Раздел 3. История и логика развития социальной философии. Раздел 4. Социум как предмет философского анализа. Раздел 5. Основные формы социального бытия. Раздел 6. Социальная структура общества. Раздел 7. Философия истории и историософия. Раздел 8. Формационный и цивилизационный подходы к анализу исторического развития; Раздел 9. Философская антропология. Раздел 10. Представление о совершенном человеке в истории философии. Раздел 11. Космопланетарный феномен человека. Раздел 12. Экологическое, экономическое и политическое бытие общества. Раздел 13. Духовное и бездуховное в жизни человека и общества. Раздел 14. Структура общественного сознания. Раздел 15. Природа как предмет философского анализа, коэволюция общества и природы. Раздел 16. Философские проблемы глобализации и глобальные проблемы современности. Раздел 17. Философско-культурологические и социально-философские проблемы ноосферного Универсума. Раздел 18. Основной ноосферный закон. Раздел 19. Культура и цивилизация. Раздел 20. Евразийская цивилизация. Раздел 21. Россия как цивилизация.					
Ответственная кафедра					
Кафедра философии					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Правоведение				
Курс(ы)	2	Семестр(ы)	4	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			зачет		
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Правоведение» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Социология», «Политология», «Методы социологических исследований». Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными ранее в ходе изучения обществознания и других общественно-научных дисциплин.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК-4: способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности. ПК-4: владение навыками подготовки проектной документации: технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт. ПК-5: способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: основы российского законодательства по отдельным отраслям права; основные правовые категории; организации гражданского общества и государственной власти России и ее субъектов. Уметь: пользоваться Конституцией РФ и основными законами конституционного права РФ в сфере правового статуса человека и гражданина. Владеть: навыками работы с правовыми документами.					
Основное содержание дисциплины					
Основы теории государства и права. Основы конституционного права России. Основы гражданского права России. Понятие гражданского права. Предмет и метод, источники и система гражданского права. Понятие и структура гражданского правоотношения. Субъекты гражданского права: физические и юридические лица. Основы трудового права России. Понятие, предмет и метод, источники, принципы трудового права. Трудовой договор: содержание и порядок заключения, изменение и прекращение трудового договора. Дисциплина труда, ответственность за ее нарушение. Основы экологического, административного и уголовного права. Правовые основы профессиональной деятельности. Правовые основы государственной и муниципальной службы. Правовые основы защиты государственной тайны: Закон «О государственной тайне», ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации»: основные понятие, права и обязанности носителей информации. Защита государственной, коммерческой, нотариальной и банковской тайны. Ответственность за нарушение информационного права.					
Ответственная кафедра					
Кафедра социологии и управления персоналом					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Психология				
Курс(ы)	3	Семестр(ы)	5	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			зачет		
Место дисциплины в структуре ОП					
Курс «Психология» относится к базовой части дисциплин модуля Б.1. Б.8. Данный курс находится в тесной связи с другими общими курсами, поскольку нацеливает студентов-журналистов на получение знаний, относящихся к фундаменту психологического образования и обеспечивает подготовку выпускников к деятельности преподавателя в учебных заведениях, в системе дополнительного образования и производственного обучения.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-7- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков; ОК-8 - способность осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности ОК-9- способность использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: – основные направления, понятия, теоретические концепции в области психологии (ОК-7); – предмет и основные методы психологического исследования (ОК-9); Уметь: – ориентироваться в психологической литературе, различая научные и ненаучные психологические знания (ОК-7); – применять психологические знания в контексте своей профессиональной деятельности (ОК-8); – организовывать психолого-педагогические исследования и обследования, а также обрабатывать их результаты и формулировать выводы (ОК-9); Владеть: – понятийным аппаратом и методологическими основами психологии (ОК-7); – навыками применения методов психологического исследования (ОК-9); – системой представлений об организации психологического исследования (ОК-9); – этическими нормами проведения психологических исследований (ОК-8).					
Основное содержание дисциплины					
Раздел 1. Введение в психологическую науку Тема 1. Основные психологические направления Тема 2. Методология психологической науки Тема 3. Понятие Психики. Сущность психического отражения Раздел 2. Познательные процессы Тема 4. Ощущение. Восприятие Тема 5 Мышление. Воображение Тема 6. Внимание. Память Тема 7. Эмоции и Чувства. Волевые процессы. Раздел 3. Индивидуальные особенности личности Тема 8. Темперамент и Характер Тема 9. Задатки. Склонности. Способности Тема 10. Направленность личности, Я-концепция. Раздел 4. Проблема личности в психологической науке Тема 11. Личность. Индивид, Индивидуальность Тема 12. Психология межличностных отношений					
Ответственная кафедра					
Кафедра социальной психологии					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Основы теории коммуникации				
Курс(ы)	3-4	Семестр(ы)	6-7	Трудоемкость	6 з.е. (216 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации		зачет, экзамен			
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Основы теории коммуникации» является обязательной и относится к базовой части ОП. Её изучение основывается на имеющихся у студентов входных знаниях, касающихся сущности и специфики системы массовой коммуникации в целом, и рекламы и связей с общественностью (СО) как видов информационно-коммуникативной деятельности, полученных из предшествующих дисциплин «Введение в специальность», «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью – СО)», «Информационные технологии в рекламе и СО», «Реклама и СО в СМИ».</p> <p>Большое значение для преподавания данного курса имеет введение на 4 курсе дисциплины «Социология массовых коммуникаций» и «Психология массовых коммуникаций», «Правовое регулирование в рекламе и СО».</p> <p>Косвенную подготовку к освоению курса обеспечивают такие дисциплины, как «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью (СО)», «Разработка и технология производства рекламного и СО-продукта», «Деловое общение», «Правовое регулирование в рекламе и СО».</p> <p>В ходе овладения данным курсом студенты должны быть более полно подготовлены к изучению таких дисциплин, как «Медиапланирование»,</p> <p>Курс «Основы теории коммуникации» расширяет представление обучающихся о коммуникативной системе общества, видах, типах коммуникации, способствует более глубокому пониманию факторов и методов эффективной организации коммуникационной деятельности. Данный курс является одним из базовых для изучения последующих дисциплин, связанных с различными аспектами дальнейшего освоения профессии («Профессиональные творческие студии», «Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ», «Редакционный маркетинг», «Актуальные проблемы современности и журналистика»), а также для профессионально-творческих практикумов и прохождения производственных практик.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-5: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия,</p> <p>ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>ОПК-5: умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p>Знать: основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта; коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации; взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основные точки напряжения, асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы её гуманизации и снятия конфликтов;</p> <p>Уметь: соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры; прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям;</p> <p>Владеть: навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.</p>					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Основное содержание дисциплины

Раздел 1. Социальные коммуникации: функциональный подход. Темы: Возникновение коммуникаций в обществе. Социальные потребности и возникновение новых каналов коммуникации. Функции и роли коммуникации.

Раздел 2. Коммуникация как структура. Темы: Виды коммуникации. Коммуникатор. Средства коммуникации. Сообщение. Получатель сообщения.

Раздел 3. Коммуникация как процесс. Стадии коммуникации. Эффекты коммуникации и эффективность коммуникативной деятельности. Контекст коммуникации. Современные подходы к пониманию коммуникативного процесса.

Раздел 4. Коммуникация как деятельность. Производство и потребление информации. Массовая коммуникация как бизнес.

Раздел 5. Коммуникация как взаимодействие. Системный характер взаимодействия. Методы исследования коммуникации.

Ответственная кафедра

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Психология массовых коммуникаций				
Курс(ы)	3	Семестр(ы)	5	Трудоемкость	4 з.е. (144 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	экзамен				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» является обязательной для; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к прохождению учебной и производственной практик. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями в объеме, умениями, навыками, полученными ранее в ходе изучения дисциплин «Социология», «Основы интегрированных коммуникаций», «Выборные технологии».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: основы психологии массовых коммуникаций Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ Владеть: способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена, методами коммуникации в кросс-культурном пространстве					
Основное содержание дисциплины					
Тема 1. История психологии массовой коммуникации. Тема 2. Теории и методы массовой коммуникации. Тема 3. Общение и коммуникация. Тема 4. Психические процессы в массовой коммуникации: внимание. Тема 5. Психические процессы в массовой коммуникации: ощущение и восприятие. Тема 6. Психические процессы в массовой коммуникации: память. Тема 7. Психические процессы в массовой коммуникации: мышление. Тема 8. Особенности каналов коммуникации. Тема 9. Источник массовой коммуникации и коммуникатор. Тема 10. Механизмы воздействия на личность. Тема 11. Особенности аудитории. Тема 12. Этические принципы в массовой коммуникации					
Ответственная кафедра					
Кафедра социальной работы и прикладной психологии					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Основы менеджмента в рекламе и СО				
Курс(ы)	2-3	Семестр(ы)	4-5	Трудоемкость	4 з.е. (144 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	зачет				
Место дисциплины в структуре ОП					
Подготовка высококвалифицированных специалистов в области рекламы предполагает изучение целого комплекса прикладных экономических дисциплин. Одной из этих дисциплин и являются «Основы менеджмента». Данная дисциплина является обязательной для изучения и относится к базовой части ОП. Она тесно связана с изучением других экономических дисциплин: «Экономика и управление», «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования и ситуативный анализ».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Данная дисциплина способствует формированию следующих компетенций: ОПК-6: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; ПК-6: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации					
Планируемые результаты обучения					
Знать: основные труды основоположников теории и практики менеджмента; основные направления развития теории и практики менеджмента; основы теории менеджмента, включая процесс подготовки и принятия решений по различным аспектам деятельности организации; принципы проектирования оптимальных систем мотивации труда. Уметь: планировать, организовывать, координировать, мотивировать и контролировать работу, как отдельных специалистов, так и целых структурных подразделений; оценивать консервативные и позитивные тенденции в инновационной деятельности по изменению структуры подразделения предприятия. Владеть: навыками, позволяющими проектировать организационную структуру управления.					
Основное содержание дисциплины					
Раздел 1. Введение в менеджмент. Тема №1. Этапы становления и развития теории менеджмента. Тема №2. Предмет и метод менеджмента. Раздел №2. Основные теории менеджмента. Тема №3. Управление людьми: исторический очерк. Тема №4. Основные школы европейского менеджмента. Тема №5. Основные школы американского менеджмента. Тема №6. Японская школа менеджмента. Тема №7. Русская школа управления. Тема №8. Современная идея управления. Раздел 3. Общие основы организации. Тема №9. Организация: сущность и основные черты. Тема №10. Структура, формы и типы организаций. Тема №11. Проектирование организационных структур. Раздел 4. Общие основы процесса управления. Тема №12. Разделение труда и его основные формы. Тема №13. Управленческая деятельность: сущность и уровни управления. Тема №14. Принципы и методы управления. Тема №15. Основные теории мотивации. Тема №16. Общая характеристика мотивации. Раздел 5. Процесс принятия решений. Тема №17. Принятие решений. Тема №18. Методы и индивидуальные стили принятия решений. Тема №19. Условия эффективности управленческих решений.					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Тема №20 Информационное обеспечение принятия управленческих решений. Тема №21. Организация и контроль выполнения решений.
--

Ответственная кафедра

Кафедра экономики и предпринимательства



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Основы маркетинга				
Курс(ы)	3	Семестр(ы)	5	Трудоемкость	4 з.е. (144 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			экзамен		
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Основы маркетинга» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Психология», «Основы теории коммуникаций», «Организация работы отделов рекламы и СО», «Коммерция». Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями в области теории экономики, основных методов социологии и статистики, которые должны быть сформированы на уровне, позволяющем успешно и своевременно освоить программу «Основы маркетинга».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
В результате освоения дисциплины «Основы маркетинга» студент-бакалавр должен приобрести следующие компетенции: ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и СО в различных структурах. ПК-5: способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации. ПК-15: владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать: сущность маркетинговой концепции, методы стратегического и тактического управления деятельностью предприятия, маркетинговые аспекты управления продуктом, методы управления поведением потребителей, принципы создания маркетинговых коммуникаций, сущность и методы стимулирования продаж, методы планирования и организации рекламной кампании, цели и средства формирования общественного мнения, содержание процесса персональной продажи, методы формирования бюджета маркетинга и организации маркетингового контроля.</p> <p>Уметь: анализировать рыночные возможности, сегментировать рынок, анализировать конкуренцию, моделировать поведение покупателей, формировать комплекс маркетинга, планировать маркетинговые мероприятия.</p> <p>Владеть: понятийным аппаратом маркетинга, основными методами маркетингового анализа и планирования.</p>					
Основное содержание дисциплины					
1. Введение. Современная концепция маркетинга. 2. Организация и информационное обеспечение маркетинговой деятельности. 3. Маркетинговая среда функционирования предприятия. 4. Стратегии маркетинга в конкурентной борьбе. Анализ конкурентов. 5. Теория потребительского поведения. Анализ покупателей. 6. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование. 7. Маркетинговая стратегия фирмы. 8. Товарно-марочная политика фирмы. 9. Ценовая политика. 10. Каналы распределения товаров и товародвижение. 11. Коммуникационная деятельность маркетинга. 12. Планирование маркетинга и контроль на предприятии. 13. Области применения маркетинга.					
Ответственная кафедра					
Кафедра экономики и организации предпринимательства					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Маркетинговые исследования и ситуативный анализ				
Курс(ы)	3	Семестр(ы)	6	Трудоемкость	5 з.е. (180 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	экзамен				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуативный анализ» является обязательной для изучения; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Основы теории коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Разработка и технология производства рекламного и СО-продукта», для последующего прохождения производственной и преддипломной практик, а также для написания выпускной квалификационной работы. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, умениями, навыками, полученными ранее в ходе изучения дисциплин: «Математика и статистика», «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций и др.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс обучения направлен на развитие следующего комплекса компетенций: ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию. ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и СО в различных структурах. ПК-1: способность принимать участие в 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 деятельности по связям с общественностью. ПК-9: способность проводить маркетинговые исследования. ПК-15: владение навыками работы в рекламном отделе, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: методы проведения маркетинговых исследований; порядок разработки анкет; методы сбора и обработки данных. Уметь: формулировать проблематику маркетинговых исследований; организовывать и проводить разные виды маркетинговых исследований. Владеть: навыками обработки и анализа данных; подготовки и презентации итогового отчёта, содержащего интерпретацию полученных результатов исследования.					
Основное содержание дисциплины					
РАЗДЕЛ I. Технология проведения маркетинговых исследований					
Тема 1.1. Понятие и сущность маркетинговых исследований Тема 1.2. Разработка плана маркетингового исследования Тема 1.3. Информационное обеспечение маркетинговых исследований Тема 1.4. Методы проведения маркетинговых исследований. Тема 1.5. Разработка анкет Тема 1.6. Организация выборочного наблюдения Тема 1.7. Методы анализа данных Тема 1.8. Составление итогового отчета.					
РАЗДЕЛ 2. Сферы применения результатов маркетинговых исследований					
Тема 2.1. Изучение новых продуктов Тема 2.2. Исследование уровня и динамики цен на рынке Тема 2.3. Оценка возможного уровня сбыта продукции Тема 2.4. Анализ привлекательности рынка услуг Тема 2.5. Анализ общественного мнения Тема 2.6. Анализ конкурентов Тема 2.7. Исследование кризисных коммуникации Тема 2.8. Современные методы исследований.					
Ответственная кафедра					
Кафедра экономики и организации предпринимательства					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Стилистика и литературное редактирование				
Курс(ы)	2-3	Семестр(ы)	4-5	Трудоемкость	5 з.е. (180 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	экзамен				
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» является обязательной для изучения и относится к вариативной части образовательной программы. Курс занимает важное место в общеобразовательном процессе и направлен на формирование языковой культуры, что является необходимым условием для подготовки профессионалов в области социальных коммуникаций. Кроме того, курс имеет прикладное значение и дает необходимые средства для литературного редактирования. Курс «Стилистика и литературное редактирование» является завершающей частью общелингвистической подготовки специалиста. С одной стороны, он базируется на знании курса русского языка во всех его аспектах (дисциплина «Современный русский язык»), с другой - имеет самостоятельное образовательное значение и занимает отдельное место в системе учебных дисциплин, изучаемых студентами.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>ОПК-3: обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать: в полной мере психологические особенности профессиональной редакторской работы над текстом массовой коммуникации; различные виды текста и особенности работы над ними; Уметь: пользоваться методикой работы с фактическим материалом; Владеть: методами и навыками стилистической правки текста при сохранении его авторских особенностей; логическими основами и композиционными приемами редактирования текста.</p>					
Основное содержание дисциплины					
<p>Тема 1. Функциональные стили. Язык художественной литературы Тема 2. Лексическая сочетаемость. Выбор слова. Стилистическое использование многозначности слова. Омонимия. Тема 3. Стилистическое использование синонимов, антонимов. Смещение паронимов. Тема 4. Стилистические функции неологизмов, стилистическое использование иноязычных слов, терминов, профессионализмов Тема 5. Стилистическое использование фразеологических средств языка Тема 6. Колебания в роде имен существительных. Синонимия имен прилагательных. Тема 7. Синонимия форм глагола, варианты форм причастий и деепричастий Тема 8. Синонимия беспредложных и предложных конструкций Тема 9. Стилистическое использование параллельных синтаксических конструкций в различных функциональных стилях. Тема 10. Аннотирование как основной вид аналитико-синтетической переработки текста. Тема 11. Реферирование как одна из форм извлечения и фиксирования информации при чтении в соответствии с принципами определенной модели. Тема 12. Предмет и содержание курса литературного редактирования Тема 13. Редактор-организатор редакционно-издательского процесса Тема 14. Работа над фактическим материалом Тема 15. Логические основы редактирования Тема 16. Выявление и устранение смысловых ошибок Тема 17. Работа над композицией рукописи Тема 18. Основные виды текстов в зависимости от характера изложения. Тема 19. Работа над языком и стилем рукописи Тема 20. Использование клише и устранение речевых штампов в языке газеты</p>					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Тема 21. Выбор заголовка.
Тема 22. Методика и техника правки рукописи.
Тема 23. Виды правки. Задачи правки-вычитки.
Тема 24. Правка-сокращение. Правка-переделка.
Тема 25. Правка-обработка как основной вид редакторской правки.

Ответственная кафедра

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Правовое регулирование в рекламе и СО				
Курс(ы)	3	Семестр(ы)	5-6	Трудоемкость	4 з.е. (144 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	экзамен				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина относится к вариативной части ОП и является обязательной для изучения. Изучение дисциплины «Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью», преемственно связанное с «Правоведением», дает не только систему знаний будущему специалисту в сферах рекламы и СО, но и является основой для овладения специальными дисциплинами, формирующими будущих специалистов в области рекламы и СО, – такими, как «Основы теории коммуникации», «Разработка и технология производства рекламного и СО-продукта», «Деловое общение», «Медиапланирование».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК-4: способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности; ПК-4: владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)					
Планируемые результаты обучения					
Знать: законодательство, регулирующее рекламу и СО, права и обязанности участников процесса, их правовое положение, основные договоры, применяемые в соответствующей деятельности. Уметь: анализировать основные положения организации и управления рекламной и СО-деятельностью, применять на практике законодательство, опираться на использование теоретических знаний в процессе освоения других аспектов профессиональной деятельности. Владеть: способностью на базе положений правового регулирования рекламной и СО-деятельности применять их в практической профессиональной деятельности.					
Основное содержание дисциплины					
Тема 1. Введение: Предмет и основные принципы правового регулирования. Социальная значимость рекламы и СО. Тема 2. Государственное регулирование рекламы и связей с общественностью. Занятие проходит в форме дискуссии: Зачем надо и во имя чего регулировать рекламную и СО-деятельность? Тема 3. Законодательство, регулирующее рекламную и СО-деятельность в России. На занятиях подробно разбирается законодательство, регулирующее рекламную деятельность. Тема 4. Правовое регулирование отдельных видов рекламы и аспектов СО. На конкретных примерах студенты знакомятся с регулированием видов рекламы и аспектов СО. Тема 6. Участники рекламной и СО-деятельности и их правовое положение. На занятии рассматриваются законодательные полномочия участников рекламной и СО-деятельности в столкновении их интересов на рекламной рынке: рекламодатель, рекламораспространитель. Студенты на конкретных примерах должны показать совпадение и различия их интересов. Тема 7. Договоры в рекламной и СО-деятельности. Первое из двух занятий по данной теме представляет собой изучение применения договора подряда (обязательственные отношения по производству рекламы). Второе занятие посвящено изучению применения договора оказания услуг в рекламной и СО-деятельности. Тема 8. Государственный контроль в рекламной и СО-деятельности. Первое из двух занятий представляет по данной теме представляет собой изучение и обсуждение полномочий ФАС России. Второе занятие посвящено изучению работы по государственному контролю в рекламной деятельности Управления УФАС России по Ивановской области. Тема 9. Юридическая ответственность за правонарушения в рекламной и СО-деятельности.					
Ответственная кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		Спецсеминар по основам проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью			
Курс(ы)	3-4	Семестр(ы)	6-8	Трудоемкость	6 з.е. (216 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина относится к вариативной части ОП и является обязательной для изучения студентов. Это важное звено в системе «Дисциплин специализации». С этим связана специфика заданий, выдвигаемых преподавателем, и особенности самостоятельной работы студентов.</p> <p>На основе знакомства с источниками исследований и их анализа они пишут и предлагают для совместного обсуждения в группе части курсовых и выпускных работ.</p> <p>Тематика спецсеминарских докладов достаточно разнообразна, поскольку при ее определении прежде всего учитываются дифференцированные интересы и способности авторов. Вместе с тем сосредоточенность каждого из них на том или ином аспекте творческой деятельности рекламиста или специалиста по связям с общественностью создает возможности для объединения при решении сходных задач.</p> <p>Занятия проводятся регулярно, кроме того, студенты постоянно консультируются по возникающим проблемам как с преподавателем, непосредственно ведущим спецсеминар, так и со своими научными руководителями. В ходе межсессионной аттестации подводятся предварительные итоги и намечаются сроки ликвидации появившихся задолженностей.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <p>ПК-9: способность проводить маркетинговые исследования;</p> <p>ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p>Знать: принципы и методы научной самостоятельной деятельности студента, структуру курсового и выпускного исследования, способы получения, анализа, хранения и презентации материала, основы проектной деятельности в области рекламы;</p> <p>Уметь: применять полученные знания в практической деятельности, как в прямом виде (при написании собственного исследовательского проекта), так и в опосредованном (при обсуждении и рецензировании исследовательского проекта других студентов);</p> <p>Владеть: навыками ведения исследовательской деятельности, технологиями проектной деятельности в области рекламы (от выбора темы до различных способов цитирования).</p>					
Основное содержание дисциплины					
<p>Требования к курсовой работе. Структура и оформление курсовой работы. Определение актуальности, цели и задач работы, работа с источниками. Исследовательские методы.</p> <p>Работа с научной литературой и периодическими изданиями.</p> <p>Защита развернутых планов курсового сочинения. Представление тезисов и материалов основной части курсовых работ. Способы цитирования. Представление тезисов и материалов основной части курсовых работ. Представление выводов по курсовому сочинению.</p> <p>Требования к выпускной ой работе. Структура и оформление выпускной работы.</p> <p>Работа с научной литературой и периодическими изданиями.</p> <p>Защита развернутых планов выпускного сочинения. Представление тезисов и материалов теоретической части выпускной работы. Способы цитирования. Представление тезисов и материалов проектной части выпускной работы. Представление выводов по выпускному сочинению. Процедура защиты выпускных работ.</p>					
Ответственная кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	«Разработка и технология производства рекламного и СО-продукта»				
Курс(ы)	3	Семестр(ы)	6	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	зачет				
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Разработка и технология производства рекламного и СО-продукта» относится к вариативной части ОП и является обязательной для изучения студентов. Приступая к изучению данной дисциплины, студент должен иметь знания по основным общегуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, математическим и естественнонаучным учебным курсам с целью решения профессиональных, компетентностных задач, ведения дальнейшей практической работы. Также студент должен владеть знаниями по профессиональным дисциплинам и обладать соответствующими практическими навыками, предусмотренными государственным образовательным стандартом по специальности «Реклама и связи с общественностью». К началу изучения данной дисциплины студент должен подходить, обладая следующими знаниями, умениями и компетенциями: знать основы психологического воздействия рекламного продукта разных типов на целевые (потенциально целевые) аудитории; уметь построить четкую и эффективную рекламную компанию; владеть навыками работы с комплексом современных компьютерных программ, необходимых для создания, разработки эффективного рекламного продукта разных типов; знать основы маркетинговых технологий; владеть навыками построения, создания рекламного текста разных типов и т.д. Необходимые знания, умения и компетенции студента формируются на основе дисциплин: «Основы рекламы», «Ведение в специальность», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью – СО)», «Маркетинг», «Основы дизайна», «Психология», «Фотография в рекламе и СО», «Компьютерная графика и анимация или Работа в Интернете» и некоторые другие.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>Процесс изучения дисциплины «Разработка и технология производства рекламного и СО-продукта» направлен на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-4: владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</p> <p>ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <p>ПК-16: способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать: основные этапы и принципы производства рекламной продукции для различных носителей; виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; правовые и этические основы рекламы и СО; принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций; основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; основы семиотического подхода к разработке и производству рекламного продукта разных типов; основы копирайтинга; основы графического дизайна; основы полиграфии; основы написания рекламного сценария; основы режиссуры рекламного рока;</p> <p>- основы рекламно-выставочной деятельности; основы арт-менеджмента и арт-маркетинга.</p> <p>Уметь: формировать требования и оценивать качества выполнения работ по разработке и производства рекламной продукции; выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; создавать эффективный рекламный продукт разного типа; воздействовать через рекламный продукт на сознание и подсознание целевой аудитории; организовывать и осуществлять на высоком уровне рекламные кампании и кампании по СО; работать в графических редакторах; создавать рекламный макет на заданную тему с использованием программ графических редакторов, цифровой фотосъемки; написать сценарий и сделать раскадровку</p>					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

видеоролика; создать слоган в соответствии с требованиями рекламы; написать рекламный текст для продвижения творческой продукции на арт-рынок; размещать рекламный текст на разных поверхностях.

Владеть: профессиональной терминологией; навыками составления технического задания; навыками разработки рекламных компаний разных типов; навыками работы в различных графических и текстовых редакторах; традиционными и современными, креативными технологиями разработки рекламного продукта разных типов.

Основное содержание дисциплины

Раздел 1: Форма и содержание рекламного продукта. Психологические и физиологические особенности восприятия рекламной продукции целевой аудиторией. Имидж и стереотипы в рекламе. Рекламная концепция и рекламная идея.

Раздел 2: Особенности организации творческо-технологического процесса разработки р.п. Этапы творческого процесса создания рекламы. Творческая стратегия и ее компоненты. Система жанров рекламы.

Раздел 3: Языковые системы в рекламе (семиотика рекламы.) Введение в семиотику. Реклама как семиотическая система. Теория интертекста. Интертекст в рекламе.

Раздел 4: Разработка рекламного продукта в постмодернистском пространстве. Специфика современного постмодернистского социокультурного пространства.

Раздел 5: НЛП технологии в художественно-технологическом процессе разработки рекламного продукта. Основы (НЛП) в рекламе.

Раздел 6: Рекламный текст. Особенности структуры и составления. Специфика структуры рекламного текста. Стилистика языка рекламы. Специфика взаимодействия вербальных и невербальных компонентов рекламного текста. Методики и приёмы повышения читаемости рекламных текстов.

Раздел 7: Копирайтинг.

Раздел 8: Рекламный креатив. Дизайн в рекламе. Художественный креатив в рекламе. Дизайн в рекламе.

Раздел 9: Виды рекламного продукта. Печатная реклама. Бизнес-реклама. Радиореклама. Телевизионная реклама.

Раздел 10: Специфика производства и особенности технологического процесса разработки рекламного продукта (по его видам). Специфика производства печатной рекламы. Специфика производства телевизионной и кинорекламы. Специфика производства радиорекламы.

Раздел 11: Методики тестирования и оценки степени эффективности рекламного продукта. Оценка художественной ценности рекламного продукта. Оценка социально-психологической эффективности рекламного продукта. Оценка маркетинговой и коммуникативной эффективности р.п.

Ответственная кафедра

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Реклама и СО в сфере применения				
Курс(ы)	3	Семестр(ы)	6	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	зачет				
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Реклама и СО в сфере применения» является дисциплиной по выбору студента, относится к вариативной части образовательной программы.</p> <p>Учебная дисциплина ориентирована на углубление и расширение знаний студентов, полученных при изучении курсов «Интегрированные коммуникации», «Маркетинг» и формирование навыков в управлении рекламной и СО деятельностью на фирме в различных отраслях и сферах деятельности.</p> <p>Полученные знания окажут студентам помощь в изучении дисциплин: «Организация работы отделов рекламы и СО», «Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и СО», «Выборные технологии», «Выставочное дело»; будут необходимы в профессиональной деятельности для более полного учета особенностей и специфики деятельности фирмы на различных рынках и сферах деятельности с целью выработки эффективных конкурентных стратегий.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>ПК-1: способность принимать участие в 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 деятельности по связям с общественностью,</p> <p>ПК-2: владение навыками по оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы,</p> <p>ПК-4: владение навыками подготовки проектной документации: технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт,</p> <p>ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <p>ПК-12: способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, в средствах массовой информации.</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать: основные категории дисциплины; особенности коммуникационной деятельности в различных отраслях и методику анализа, оценки и выбора целевых сегментов рынка; методы сегментации рынка и позиционирования товара; особенности коммуникации при работе на различных рынках; особенности управления рекламной и СО-деятельностью на корпоративном, функциональном и инструментальном уровне; основы стратегического и оперативного планирования; эффективные коммуникационные стратегии фирмы при выходе на целевой рынок.</p> <p>Уметь: проводить маркетинговые исследования на различных рынках, на которых осуществляет свою деятельность фирма; осуществлять выбор оптимальной стратегии для фирмы, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры рынка в конкретной сфере деятельности; эффективно продвигать на рынок продукцию фирмы; выявлять особенности коммуникационной деятельности на различных рынках и различных сферах деятельности; осуществлять контроль, оценку и аудит коммуникационной деятельности.</p> <p>Владеть: знаниями в области продвижения продукта/услуги.</p>					
Основное содержание дисциплины					
1.РСО на рынке продукции производственно-технического назначения					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

2. РСО сферы услуг
3. Особенности РСО в оптовой и розничной торговле
4. Особенности РСО в сфере образования
5. Особенности РСО в страховой и банковской деятельности
6. РСО в агропромышленном комплексе
7. Особенности РСО в сфере производства и реализации товаров народных промыслов
8. Особенности РСО в туристическом бизнесе
9. Особенности РСО в политической сфере

Ответственная кафедра

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Методы социологических исследований				
Курс(ы)	3	Семестр(ы)	6	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			зачет		
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Методы социологических исследований» является дисциплиной по выбору студента; относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Деловое общение», прохождению производственной практики, проведению конкретных исследований, обработки, анализа и интерпретации социологических данных. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, умениями, навыками, полученными ранее в ходе изучения дисциплин: «Социология», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, ПК-3: владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами, ПК-9: способность проводить маркетинговые исследования.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: закономерности и этапы исторического процесса, основные социологические понятия и категории, закономерности развития общества; закономерности групповой динамики и правила обследования различных социальных групп и явлений; Уметь: применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы социологии в профессиональной деятельности, применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности; планировать социологическое исследование и прогнозировать его результаты использовать различные социологические методы для решения исследовательских задач; Владеть: навыками целостного подхода к анализу рекламного процесса и потребительской аудитории, подготовки и проведения прикладного исследования, навыками измерительных технологий в социологии навыком организации и проведения социологического исследования					
Основное содержание дисциплины					
Тема 1. Сущность социологического исследования Методологическая роль теории в социологическом исследовании. Виды социологического исследования. Методика, техника и процедура в социологическом исследовании. Структура и функции программы исследования. Проблема, объект, предмет исследования. Цели и задачи исследования. Системный анализ объекта исследования. Выборка в социологическом исследовании. Понятие репрезентативности. Случайные и систематические ошибки выборки. Переменные в социологическом исследовании. Социологические показатели и индикаторы в социологическом исследовании. Оценка надежности первичной социологической информации					
Тема 2. Методы социологического исследования в рекламе Опрос как основной метод сбора социологической информации. Анкетный опрос. Структура социологической анкеты как инструмента сбора первичной социальной информации. Метод интервью. Биографический метод. Почтовый, телефонный и прессовый виды опроса. Метод экспертных оценок. Метод фокус-групп. Методологические принципы проведения фокус-групповых интервью. Использование метода фокус-группового интервью в маркетинговых исследованиях. Метод наблюдения. Понятие документа в социологии. Типология документов. Традиционный (содержательный) анализ документов. Методика и техника контент-анализа. Интент-анализ прессовых публикаций. Социометрический метод Дж. Морено. Методика и техника социометрического опроса. Области применения. Тестовые методы. Принципы конструирования социологического теста. Понятие эксперимента в					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

социальных и поведенческих науках. Логическая структура эксперимента. Взаимосвязь эксперимента с другими социологическими методами.

Тема 3. Анализ и обработка данных в социологии

Виды анализа данных. Одномерный анализ. Многомерные методы анализа данных. Подготовка и представление отчета о социологических исследованиях.

Ответственная кафедра

Кафедра социологии и управления персоналом



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Социология массовых коммуникаций				
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	7	Трудоемкость	5 з.е. (180 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	экзамен				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью», «Спецсеминар по основам проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью». Студент, приступающий к изучению дисциплины, должен обладать знаниями, умениями, навыками/опытом практической деятельности, полученными ранее в ходе изучения дисциплин: «Социология», «Методы социологических исследований».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию ПК-10: способность организовывать и проводить социологические исследования					
Планируемые результаты обучения					
Знать: особенности функционирования массовой коммуникации в обществе; влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение; основные социологические методы, с помощью которых можно получить представление о качественных и количественных характеристиках основных звеньев коммуникативной цепи (ПК-10); Уметь: выявлять, описывать и объяснять особенности деятельности средств массовой коммуникации; понимать процесс социологических исследований в массовой коммуникации (ОК-7); Владеть: способностью работать в группе для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-7)					
Основное содержание дисциплины					
Раздел 1. Социология массовой коммуникации: функциональный подход. Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации. Тема 2. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход. Тема 3. Основные концепции массовой коммуникации. Раздел 2. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания. Тема 4. Массовая аудитория как объект массово-коммуникативного воздействия. Тема 5. Социологический анализ массовой коммуникации: роль субъектов. Тема 6. Массовая коммуникация как социальный институт. Тема 7. СМИ как «четвертая власть». Раздел 3. Анализ и обобщение массовой информации. Тема 8. Структура социологического исследования. Тема 9. Социологическое исследование: комплекс аналитических и практических мероприятий.					
Ответственная кафедра					
Кафедра социологии и управления персоналом					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью				
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	7	Трудоемкость	4 з.е. (144 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	экзамен				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является обязательной для изучения, относится к базовой части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к изучению таких дисциплин, как «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Коммерция», а также развития у студента экономического мышления. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными в процессе изучения Экономики, менеджмента, маркетинга, экономической географии и др.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; ОПК-2: владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью; ПК-1: способность принимать участие в 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 деятельности по связям с общественностью; ПК-2: владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы; ПК-4: владение навыками подготовки проектной документации: технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт; ПК-5: способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации; ПК-12: способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: место отдела рекламы и связей с общественностью в организации, его цели и задачи, функциональный принцип построения отдела, планирование и программирование работы отдела, его место в общекорпоративной стратегии, профессиограмму специалиста, профессии в отделе рекламы и связей с общественностью. Уметь: составлять отчеты и представлять их, проводить мониторинг состояния внешней среды, комментировать и интерпретировать корпоративную политику, формировать и вести медиа – данные, готовить и рассылать пресс – релизы, организовывать пресс – мероприятия, поддерживать деловые отношения с поставщиками и потребителями. Владеть: количественными и качественными методами сбора информации, современными методиками обработки статистически значимых массивов данных, методиками анализа и организации рабочего места, способами оценки эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью.					
Основное содержание дисциплины					
Тема №1. <u>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью как научная дисциплина.</u> Основные причины формирования отдела рекламы и связей с общественностью в структуре организации, основные направления исследования функционирования отдела рекламы и связей с общественностью. Тема №2. <u>Место отдела рекламы и связей с общественностью в организации.</u> Место отдела рекламы и связей с общественностью в структуре организации, миссия организации и ее реализация в рамках этого отдела. Тема №3. <u>Цели и задачи отдела в структуре организации.</u> Функциональный принцип построения отдела. Цели и задачи отдела в структуре организации, взаимосвязь и основные различия рекламы и					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

связи с общественностью, функциональный принцип построения отдела.

Тема №4. Планирование и программирование работы отдела, его место в общекорпоративной стратегии. Профессиограмма специалиста. Стратегия и тактика в деятельности корпорации, план, планирование, программирование работы отдела, профессиограмма специалиста.

Тема №5. Профессии в отделе рекламы и связей с общественностью Состав отдела рекламы и связей с общественностью, перечень задач выполняемых каждым отдельным сотрудником.

Тема №6. Цели и задачи рекламного агентства. Функциональный принцип построения агентства. Цели и задачи рекламного агентства на рынке. Менеджмент. Функциональный принцип построения рекламного агентства.

Тема №7. Бизнес-план рекламного агентства. Регистрация рекламного агентства Общие положения бизнес-плана, структура бизнес-плана, программа развития рекламного агентства, маркетинг-план, маркетинг-бриф.

Тема №8. Особенности регистрации рекламного агентства. Регистрация рекламного агентства, выбор организационно-правовой формы агентства, открытие расчетного счета, постановка на учет в налоговой инспекции.

Тема №9. Бухгалтерский учет и ведение документации. Бухгалтерский учет: цели и основные задачи, составление ведомостей учета труда, его оплаты, ведение кассовой книги

Тема №10. Мониторинг состояния внешней среды. Пресс – клипинг Современный рынок как совокупность внешней и внутренней среды. Пресс-клипинг.

Тема №11. Комментирование и интерпретация корпоративной политики. Современные методики анализа и организация рабочего места эксперта. Корпоративная политика. Стратегия и тактика в деятельности корпорации. Комментирование и интерпретация корпоративной политики. Тема №12. Роль менеджера по рекламе и связям с общественностью. Место рекламного менеджера в корпорации.

Тема №13. Формирование и ведение медиа - данных. Подготовка и рассылка пресс – релизов, организация пресс – мероприятий. Формирование и ведение медиа - данных. Подготовка и рассылка пресс – релизов, организация пресс – мероприятий.

Тема №14. Производственный сегмент и его задачи. Роль и место производственного сегмента в работе отдела по рекламе и связей с общественностью.

Тема №15. Формирование рабочей команды. Понимание рабочей команды. Структура рабочей команды. Основные задачи каждого сотрудника. Основные принципы управления.

Тема №16. Поддержание деловых отношений с типографией, студией компьютерной графики, студиями звукозаписи. Внешняя среда. Основные направления организации работы с типографией, студией компьютерной графики, студиями звукозаписи. Деловые отношения. Основные принципы организации деловых отношений

Тема №17. Оценка эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью Повышение эффективности функционирования работы отдела как основная задача руководителя отдела. Способы оценки эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью.

Ответственная кафедра

Кафедра экономической теории



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		Религиоведение			
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	8	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Религиоведение» является обязательной для изучения, относится к базовой части образовательной программы. «Религиоведение» завершает гуманитарное обучение студентов и тесно сопряжено с дисциплинами по профилю подготовки (в т.ч. «Социокультурные аспекты рекламы»). Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными при изучении следующих дисциплин: «История», «Культурология», «Социология», «Психология», «Философия», «Правоведение», «Эстетика».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК-5: способность к коммуникации на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.					
Планируемые результаты обучения					
В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: объект, предмет, базовые понятия, методологию и методы религиоведения; базовые положения российского и международного права о свободе совести; понятие и границы толерантности в сфере религии; ведущие научные подходы к определению религии, структурные элементы религиозной системы; исторические вехи, основы вероучения и религиозных практик различных конфессий; характерные черты современных религиозных процессов в России и в мире в целом. Уметь: понимать место религиоведения в системе социально-гуманитарных дисциплин; использовать религиоведческие знания и методы религиоведческого исследования на практике, в различных видах профессиональной и социокультурной деятельности; реализовывать адаптивные и интегративные стратегии поведения в инокультурной среде; уважительно относиться к правам человека в области свободы совести. Владеть: способностью самостоятельно собирать и обрабатывать информацию о религиозной жизни; основами анализа современных религиозных процессов в России и в мире; качествами толерантной личности, необходимыми для коммуникации с различными этническими и конфессиональными общностями.					
Основное содержание дисциплины					
Раздел 1 «Религиоведение как научная дисциплина». Особенности научного и конфессионального подходов к пониманию религии. Отрасли религиоведческого знания. Принцип свободы совести и толерантность в религиозной сфере. Российское законодательство о свободе совести. Широкий и узкий смысл понятия «религия». Светская религия, ее формы и функции. Понятие «гражданская религия». Структура религиозной системы. Статистика религиозной принадлежности населения современного мира. Религиозная ситуация в современной России. Основные религиозные организации и группы в г. Иваново и Ивановской области. Раздел 2. «Религии современности». Иудаизм. Вероучение. Тора. Танах. Талмуд. Декалог. Праздники, обряды, символика иудаизма. Иудаизм в России. Раннее христианство. Новый завет. Первые Вселенские соборы. Символ веры христианства. Расколы в христианстве V и XI вв. Древние восточные церкви. Армянская григорианская апостольская церковь. Православие. Особенности вероучения и организации. Православные храмы, таинства, праздники и посты. Православие в России. Старообрядчество. Русские секты. Альтернативное православие. Феномен православных ярмарок. Православная символика и реклама.					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Католицизм. Особенности вероучения, культа и организации. Католицизм в России. Греко-католики.
Протестантизм. Возникновение протестантизма. Лютеранство. Кальвинизм. Англиканство.
Поздний протестантизм и постпротестантизм. Баптизм. Адвентизм. Новоапостольская церковь.
Пятидесятничество и неопятидесятничество. Протестантизм и общество потребления.
Ислам. Вероучение и основные направления. Пророк Мухаммед (Мохаммад). Коран и Сунна.
Праздники и обычаи ислама. Шариат. Мазхабы. Классический и радикальный ислам. Салафизм.
Ислам в России.
Буддизм и его основные направления. Буддизм в России.
Современные религии Индии. Индуизм. Джайнизм. Сикхизм.
Конфуцианство и даосизм. Кун-Цзы и Лао Цзы. «И цзин». «Дао дэ цзин».
Синтоизм. Религиозный синкретизм в Японии.
Новые религиозные движения. НРД христианской направленности. Интерконфессиональные НРД.
НРД восточного происхождения. НРД отечественного происхождения.

Ответственная кафедра

Кафедра философии



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Деловое общение				
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	8	Трудоемкость	4 з.е. (144 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	экзамен				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Деловое общение» является обязательной и относится к базовой части ОП. Базируется на знаниях, сформированных в курсе «Русский язык и культура речи», «Основы интегрированных коммуникаций», «Конфликтология», «Деловая этика».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Изучение курса направлено на формирование следующих компетенций: ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; ПК-1: способность 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					
Планируемые результаты обучения					
Знать: <ul style="list-style-type: none">- историко-логические этапы становления дисциплины «Деловое общение» в качестве самостоятельного курса и его взаимосвязь с другими отраслями знаний;- понятийный аппарат данной дисциплины: Деловое общение, коммуникация, межличностные отношения, общение как деятельность, механизмы взаимопонимания, каузальная атрибуция, эффекты межличностного восприятия, коммуникативная сторона общения, интерактивная сторона общения, механизмы воздействия в общении, виды и формы делового общения, психологические аспекты переговорного процесса, причины возникновения и способы предупреждения конфликтов, формы проведения споров, основные принципы Единой государственной системы документации, применение унифицированных систем документации.					
Уметь: <ul style="list-style-type: none">- пользоваться современными методами социальной психологии в анализе профессионального взаимодействия и делового общения;- четко различать порядок составления, оформления и хранения основных видов документов, функционирующих в сфере управления и делового общения;- умело сочетать документационное обеспечение управления с бездокументным;- использовать новые информационные технологии и современное компьютерное обеспечение;- психологически грамотно организовывать индивидуальную деятельность, межличностное и межгрупповое взаимодействие людей.					
владеть:					
Владеть: <ul style="list-style-type: none">- навыками использования различных видов социально-психологического воздействия в процессе повседневного общения и взаимодействия с людьми;- широким набором коммуникативных приемов и техник: установление контакта с собеседником, создания атмосферы доверительного общения, отработки навыков эффективного слушания, овладения приемами парафразы, отзеркаливания, организации обратной связи, самопредъявления, самораскрытия и т.д. с целью их эффективного использования в профессиональной деятельности;- особенностями оформления организационно-распорядительной документации хозяйствующих субъектов в условиях отечественной бизнес-среды и за рубежом;- навыками профилактики и нейтрализации межличностных и межгрупповых конфликтов.					
Основное содержание дисциплины					
1. Деловое общение как социально-психологическая проблема					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

2. Перцептивная сторона общения
3. Общение как коммуникация (коммуникативная сторона общения)
4. Общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения)
5. Механизмы воздействия в процессе общения
6. Деловое общение и психологические аспекты переговорного процесса
7. Конфликты и способы их предупреждения и разрешения
8. Деловая дискуссия, полемика, спор и их психологическая совместимость
9. Документационное обеспечение делового общения

Ответственная кафедра

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Медиапланирование				
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	7	Трудоемкость	4 з.е. (144 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			экзамен		
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Медиапланирование» относится к вариативной части ОП и является обязательной для изучения студента. Её изучение основывается на имеющихся у студентов входных знаниях, касающихся сущности и специфики системы массовой коммуникации в целом, и рекламы и связей с общественностью (СО) как видов информационно-коммуникативной деятельности, полученных из предшествующих дисциплин «Введение в специальность», «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью – СО)», «Информационные технологии в рекламе и СО», «Реклама и СО в СМИ», «Основы теории коммуникации».</p> <p>Большое значение для преподавания данного курса имеет введение на 4 курсе дисциплины «Социология массовых коммуникаций» и «Психология массовых коммуникаций», «Правовое регулирование в рекламе и СО».</p> <p>Косвенную подготовку к освоению курса обеспечивают такие дисциплины, как «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью (СО)», «Разработка и технология производства рекламного и СО-продукта», «Деловое общение», «Правовое регулирование в рекламе и СО».</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>ОПК-6: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <p>ПК-1: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <p>ПК-14: способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• принципы разработки и реализации медиапланов различных видов;• основные понятия медиапланирования;• виды и принципы проведения различных медиаисследований;• специфику медиапланирования на федеральном и региональном уровнях;• специфику медиапланирования с использованием различных каналов массовой коммуникации;• основные программы медиапланирования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• применять программы по медиапланированию;• анализировать реализованные медиапланы;• разрабатывать самостоятельно или в группе медиаплан;• сотрудничать с коллегами при разработке медиаплана, устанавливать контакты с различными социальными группами, в том числе заказчиками медиаплана;• использовать базовые знания в области рекламы и СО для разработки медиаплана; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">• методикой расчета основных понятий медиапланирования;• навыками организационно-управленческой работы;					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

- навыками составления медиаплана.

Основное содержание дисциплины

Основные задачи медиапланирования. Основные параметры медиапланирования. Медиаисследования и их роль в медиапланировании. Исходные данные медиапланирования. Средства распространения рекламы. Традиционные средства распространения рекламы. Реклама в прессе. Стоимость рекламы в прессе. Реклама на телевидении. Стоимость рекламы на ТВ. Реклама на радио. Стоимость рекламы на радио. Наружная и транзитная реклама, реклама в Интернете.

Ответственная кафедра

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		История экономических учений			
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	7	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «История экономических учений» является дисциплиной по выбору студентов, относится к вариативной части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студента к освоению таких дисциплин, как «Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Коммерция», а также развития у студента экономического мышления. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными в процессе изучения Экономики, менеджмента, маркетинга, экономической географии и др.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;					
ОК-3: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать: механизмы функционирования основных экономических законов (закона спроса и предложения, закона экономии на масштабах, закона убывающей доходности и др.); основы микроэкономики на уровне механизма функционирования отдельных рынков и в аспекте предприятия или фирмы; основы макроэкономики в части механизмов экономической динамики (экономического цикла) с позиций факторов их определяющих, механизмы достижения макроэкономического равновесия на примере ключевых моделей – AD-AS, IS-LM, закономерности развития сферы денежного обращения, финансовой сферы, сферы занятости; основы мировой экономики и международных экономических отношений; особенности переходной экономики.</p> <p>Уметь: применять знание основных экономических законов и закономерностей к общей оценке тех или иных ситуаций, возникающих в экономической действительности; использовать нормативно-правовые документы экономического плана в своей деятельности; анализировать потенциальные выгоды и потери, возникающие в связи с возможностью своего участия в различного рода сделках (купля-продажа жилья, ценных бумаг, осуществление сбережений); использовать навыки работы с экономической информацией из различных источников для решения для решения профессиональных и социально-экономических задач; применять полученные знания в рамках своей профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: базовым категориальным аппаратом экономики (экономической теории); навыками самостоятельной работы с учебной и справочной литературой в рамках данного курса; общими навыками анализа текущей экономической ситуации с тем, чтобы принимать правильные решения в части оптимизации структуры затрат на покупку дорогостоящих товаров длительного пользования; дальнейшего трудоустройства, осуществления крупных вложений в дополнительное образование и пр.</p>					
Основное содержание дисциплины					
Тема 1. Введение в историю экономических учений.					
Тема 2. Политическая экономия богатства.					
Тема 3. Политическая экономия труда.					
Тема 4 Экономическая теория факторов производства.					
Тема 5. Основные направления развития политической экономии в России (до начала XX века).					
Тема 6. Современные экономические теории.					
Обеспечивающая кафедра					
Кафедра экономической теории					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		Конфликтология			
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	7	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Конфликтология» является дисциплиной по выбору студента, относится к вариативной части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Деловая этика», «Деловое общение», «Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и СО», прохождению производственной практики. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными при изучении « Языковой агрессии в речевой практике», «Воспитания толерантности», «Основ интегрированных коммуникаций».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Изучение курса направлено на формирование следующих компетенций: ПК-1: способность принимать участие в 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 деятельности по связям с общественностью, ПК-3: владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами					
Планируемые результаты обучения					
Знать: сущность, проблематику и задачи конфликтов; различные взгляды на природу конфликтов; связь конфликтологии с философией, психологией; психологические теории происхождения конфликтов; классификации и структуру конфликта. Уметь: использовать полученные знания в профессиональной деятельности. Владеть: навыками делового общения с людьми; методами погашения конфликтов разной природы.					
Основное содержание дисциплины					
Раздел 1. СУЩНОСТЬ, ПРОБЛЕМАТИКА И ЗАДАЧИ КОНФЛИКТОЛОГИИ. Что такое конфликт? Нужна ли наука конфликтология? Конфликтология и философия. Конфликтология и социология. Конфликтология и психология. Конфликты у животных. Конфликтология и теория общения. Раздел 2. ИСТОРИЯ ВЗГЛЯДОВ НА ПРИРОДУ КОНФЛИКТОВ. Представления о конфликтах в мифологии. Конфликт в древнегреческой философии. Христианское представление о конфликте. Понимание конфликта в мусульманском мире. Конфликт в буддизме. Раздел 3. ПОНИМАНИЕ КОНФЛИКТА В ФИЛОСОФИИ НОВОГО ВРЕМЕНИ. Два взгляда на человека. Гоббс и Руссо – продолжение вечного спора сегодня. Категорический императив И.Канта. Значение теории Гегеля. Марксизм. Раздел 4. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ПРОИСХОЖДЕНИЯ КОНФЛИКТОВ. Модель Фрейда. Модель Юнга. Модель Адлера. Модель Фромма. Модель Курта Левина. Модель Роджерса. Экзистенциальные модели. Модель Берна. Модель Грофа. Раздел 5. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ КОНФЛИКТОВ. Модель Зиммеля. Модель Дьюи . Социологическая утопия Мэйо. Модель Козера. Модель Парсонса. Модель Боулдинга. Модель Дарендорфа. Модель Бурдьё. Модель Дойча. Модель Крозье. Основные переговорные модели. Конфликтология в России. Раздел 6. КЛАССИФИКАЦИИ И СТРУКТУРА КОНФЛИКТА. Принципы классификации: По числу участников. По мотивированности. Мнимый/реальный конфликт. По характеру протекания: Структура и стадии конфликта. Среда конфликта. Раздел 7. УЧАСТНИКИ КОНФЛИКТА. Организаторы (инициаторы) конфликта. «Втянутые» в конфликт стороны. Посредники. Психологические типы людей и их роль в конфликте. Раздел 8. ПРОБЛЕМА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА КОНФЛИКТ.					
Ответственная кафедра					
Теории литературы и русской литературы XX века					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		Социокультурные аспекты рекламы			
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	7	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Социокультурные аспекты рекламы» относится к числу тех, которые студенты изучают по выбору, она входит в вариативную часть образовательной программы. Её изучение основывается на имеющихся у студентов входных знаниях, касающихся сущности и специфики системы массовой коммуникации в целом, и рекламы и связей с общественностью как видов информационно-коммуникативной деятельности, полученных из предшествующих дисциплин «Введение в специальность», «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Информационные технологии в рекламе и СО», «Реклама и СО в СМИ».</p> <p>В ходе овладения данным курсом студенты должны быть более полно подготовлены к изучению таких дисциплин, как «Медиапланирование», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью (СО)», «Разработка и технология производства рекламного и СО-продукта», «Деловое общение».</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию;</p> <p>ПК-16: способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p>Знать: основы рекламы как социокультурного феномена, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта; коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; имеющего историю и закономерности развития; взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основные точки напряжения, асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы её гуманизации и снятия конфликтов;</p> <p>Уметь: соотносить теоретические схемы изучения рекламы с ее бытованием в социуме, с практикой мировой культуры; прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям;</p> <p>Владеть: навыками анализа практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации; навыками дискуссии по проблематике курса.</p>					
Основное содержание дисциплины					
<p>Составляющие социокультурного аспекта.</p> <p>Социальные условия развития потребительского общества.</p> <p>Понятие «массовое общество» и модели потребительского поведения.</p> <p>Социальные условия появления рекламы как массового явления.</p> <p>Массовое сознание и массовая культура как объекты рекламы.</p> <p>Структурная информация как составляющая структуры личности: убеждение, установки, ценностные ориентации.</p> <p>Потребности и ценностные ориентации общества в рекламе.</p> <p>Реклама и население: отношение и оценки.</p> <p>Реклама и искусство.</p> <p>Национальная специфика рекламы.</p>					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Язык рекламы.

Современные тенденции в рекламе.

Ответственная кафедра

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Краеведение				
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	7	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			зачет		
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Краеведение» является дисциплиной по выбору студента, относится к вариативной части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: («Культурология», «Религиоведение», «История отечественной журналистики»). Для ее освоения необходимы базовые понятия о закономерностях отечественной истории, которые студент получает во время изучения дисциплины «История».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс изучения дисциплины «Краеведение» направлен на формирование следующих компетенций: ОК-2: способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; ОК-7: способность к самоорганизации и образованию.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: субъективные условия успешного мыслительного разложения целого на составные части, основные тенденции и события общественного развития, в частности на материалах Ивановского края. Уметь: Мысленно разложить целое на составные части. Выявлять из общего потока информации значимые проблемы и процессы на материалах местной истории. Выявлять объективные причины и исторические корни социально-значимых проблем и процессов, происходивших на территории Ивановского края в прошлом. Владеть: Навыками системного мышления. Индукцией, дедукцией, анализом и синтезом. Навыками применения анализа социально-значимых проблем регионального масштаба.					
Основное содержание дисциплины					
1. Наш край в древности: 1)Археологическое прошлое. 2)Славянская колонизация в X-XII вв. 3)Край в период монголо-татарского ига. 4)Край в составе централизованного государства в XVI в. 2. Ивановский край в XVIIв.: 1) Смутное время в началеXVIIв. 2)Социально-экономическое развитие в XVII в. 3)Памятники архитектуры. 3. Край в XVIII– первой половине XIX в. 1)Развитие мануфактур в XVIII в. 2)Край в первой четверти XIXв. 3)От мануфактуры к фабрике. 4)Развитие культуры. 4. Иваново-Вознесенский промышленный район во второй половине XIX в. 1)Развитие текстильной промышленности. 2)Складывание железнодорожной сети. 3) Формирование предпринимательского «сословия». 4)Положение рабочих. 5)Общественное движение в конце XIX в. 5. Всеобщая стачка 1905 г. в Иваново-Вознесенске и Совет рабочих депутатов. 6. Ивановский край в революции 1905-1907 гг. 7. Край в 1907-феврале 1917 г. 1)Развитие промышленности и столыпинская аграрная реформа. 2)Революционное движение в 1907-14 гг. 3)Край в годы Первой мировой войны. 8. Ивановский край в 1917 г. 9. Иваново-Вознесенская губерния в годы гражданской войны. 10. Ивановская область в 1920-30-е годы. 1)Индустриализация. 2)Коллективизация сельского хозяйства. 3)Социальное и культурное развитие края. 11. Ивановская область в годы Великой Отечественной войны. 12. Ивановская область в послевоенные годы. 1)Восстановление и развитие хозяйства, развитие культуры во 2-й пол. 1940-х – середине 1960-х гг. 2)Область в годы «застоя». 3)Ивановский края на рубеже XX и XXI вв.					
Ответственная кафедра					
Кафедра истории России					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Политическая реклама				
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	8	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	зачет				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина относится к дисциплинам по выбору студента и входит в вариативную часть ОП. Ее освоение проходит в последнем семестре, после изучения курсов предшествующих дисциплин подобной направленности, что позволяет студентам более глубоко осмыслить глобальные процессы современности и вызванные этими процессами противоречия и проблемы. Для ее освоения необходимыми представляются знания, полученные в ходе изучения профессиональных курсов по основам рекламы, правоведения, политологии, социологии, конфликтологии. Курс «Политической рекламы» можно характеризовать как один из базовых курсов для подготовки студентами бакалаврской выпускной квалификационной работы, поскольку он позволяет сформировать аналитический подход к осмыслению масштабных проблем современности и деятельности СМИ по их освещению.					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОПК-3: обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; ПК-14: способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности					
Планируемые результаты обучения					
Знать: владеть информацией об актуальных общественно-политических событиях в стране и в мире; основами политологии, правоведения; функции основных политических институтов и структур гражданского общества; понимать роль избирательной системы в демократическом обществе; осознавать важность проблем информационной безопасности общества; характеризовать особенности политического маркетинга и политической рекламы; разбираться в принципах манипулирования массовым сознанием. Уметь: ориентироваться в политических проблемах современности, иметь представление о сущности и причинах их возникновения, применять политологические знания в профессиональной сфере; видеть актуальные тенденции и формировать общественно-значимую информационную повестку; компетентно освещать и продвигать общественно-политические, религиозно-этнические темы; анализировать политические тексты, оценивать адекватность освещения в СМИ политической проблематики, уметь вскрывать механизмы манипулирования. Владеть: навыками освещения общественно-политических проблем современности, в том числе вооруженных конфликтов, компетентного анализа и оценки публикаций в СМИ с точки зрения политической мифологии, идеологии, манипулирования массовым сознанием.					
Основное содержание дисциплины					
Тема 1. Избирательная система и институт выборов. Тема 2. Избирательное право. Избирательные системы. Тема 3. Взаимодействие избирательных и партийных систем. Тема 4. Избирательная система Российской Федерации и роль выборов в ее политическом развитии. Тема 5. Межпартийная конкуренция и выборы. Политические технологии и политические технологии. Тема 6. Модели электорального поведения. Тема 7. Факторы электорального поведения и их национальная специфика. Тема 8. Особенности электорального поведения в России. Политический маркетинг Тема 9. Политическая реклама и другие виды политической коммуникации.					
Ответственная кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		Риторика			
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	8	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Риторика» является дисциплиной по выбору студента и относится к вариативной части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к прохождению преддипломной практики, применению полученные знания и навыков для наиболее адекватного решения задач своей будущей профессиональной деятельности. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными в ходе изучения предшествующих дисциплин: «Философия», «Культурология», «Социология», «Современный русский язык», «Стилистика», «Основы теории журналистики», «История зарубежной журналистики».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; ПК-1: способность принимать участие в 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 деятельности по связям с общественностью, ПК-6: способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров, прогнозов.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: историю классической риторики и осознавать ее роль в современных коммуникационных процессах в демократическом государстве, учитывать особенности функционирования риторики на международной арене, понимать важность полученных знаний и сферы их применения в практике современных СМИ (в частности, в аудиовизуальных). Уметь: в соответствии с выполняемыми задачами (личностными и профессиональными) выстраивать композицию устного и письменного текста, его логическую структуру, вести полемику, дискуссию, выстраивать систему аргументации и опровержения доводов оппонента, задавать вопросы по существу, налаживать взаимопонимание в диалоге, оценивать особенности аудитории, удерживать и активировать ее внимание. Владеть: навыками публичного выступления, приемами классического красноречия; способностью к обобщению, анализу, восприятию информации.					
Основное содержание дисциплины					
1. Содержание понятия «риторика». Риторика в системе других наук Предмет риторики и ее дефиниции. Социальная роль и исторические формы. Основные этапы развития. Риторика и журналистика. 2. Понятие эффективной речевой коммуникации. Вербальное и невербальное речевое воздействие. 3. Виды публичного выступления, основные требования к поведению говорящего. 4. Подготовка к публичному выступлению. 5. Начало выступления, поддержание внимания аудитории, завершение публичного выступления. 6. Аргументация. 7. Подготовка выступлений в разных жанрах (информационное выступление, протоколно-этикетное выступление, похвальное слово, развлекательное выступление, убеждающее выступление, дебаты). 8. Эффективность публичного выступления.					
Ответственная кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и СО.				
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	8	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	зачёт				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью» является дисциплиной по выбору студента и относится к вариативной части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к прохождению преддипломной практики и к овладению навыками работы в профессиональной области. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными в ходе изучения дисциплин: «Культурология», «Социология», «Современный русский язык», «Стилистика», «Основы теории журналистики».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; ОПК-3: обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ОПК-5: умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ПК-1: способность принимать участие в 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 деятельности по связям с общественностью, ПК-2: владение навыками по оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы, ПК-4: владение навыками подготовки проектной документации: технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт. ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, ПК-11: навыки написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, ПК-13: способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: основы проведения рекламных и СО-кампаний; этапы подготовки, планирования, реализации, оценки эффективности кампаний; способы анализа результатов проведенных мероприятий; способы сравнительного анализа рекламных и СО-кампаний; особенностей рекламных и СО-кампаний в различных сферах общественной жизни. Уметь: разрабатывать планы организации рекламных и СО-кампаний, осуществлять эффективную коммуникационную деятельность в ходе проведения событийных мероприятий, анализировать полученные результаты и представлять их в виде отчетов, планировать бюджет проводимых мероприятий. Владеть: технологиями организации рекламных и СО-кампаний.					
Основное содержание дисциплины					
Тема 1. Понятие и основные форматы проектной деятельности в рекламе и СО. Тема 2. Проектирование рекламных и СО-кампаний. Тема 3. Анализ ситуации и постановка целей кампании. Тема 4. Изучение целевой аудитории. Тема 5. Стратегия и тактика планирования рекламной и СО-кампании. Тема 6. Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной и СО-кампании. Тема 7. Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных и СО-кампаний. Тема 8. Оценка эффективности проекта рекламной и СО-кампании.					
Обеспечивающая кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины		Выборные технологии			
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	8	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации				зачет	
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Выборные технологии» является дисциплиной по выбору студента, относится к вариативной части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к прохождению преддипломной практики, к профессиональной деятельности в сфере рекламы и СО. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными в ходе изучения таких дисциплин, как «Социология», «Политология», «Конфликтология».</p> <p>Данная дисциплина призвана повысить политическую культуру учащихся, улучшать отношение к таким демократическим формам волеизъявления, как выборы, пробуждать гражданскую позицию студентов как избирателей.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию, ПК-1: способность принимать участие в 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 деятельности по связям с общественностью.</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать: профессиональные обязанности журналиста, обусловленные участием в избирательной кампании и предвыборной агитации; функции основных политических институтов и структур гражданского общества; сущность государственной информационной политики; особенности политического маркетинга; принципы манипулирования массовым сознанием.</p> <p>Уметь: ориентироваться в политических проблемах современности; видеть актуальные тенденции и формировать общественно-значимую информационную повестку; применять политологические знания в профессиональной сфере; анализировать политические тексты; моделировать собственное профессиональное поведение; контактировать с аудиторией разного типа; комплексно подходить к решению поставленной проблемы.</p> <p>Владеть: компетентным анализом и оценкой публикаций в СМИ с точки зрения политической мифологии, идеологии, манипулирования массовым сознанием; навыками освещения в СМИ общественно-политических проблем современности; опытом применения системного подхода к анализу явлений и процессов; приемами анализа и синтеза входящей информации; первичными навыками профессиональной деятельности в политической сфере.</p>					
Основное содержание дисциплины					
<p>Тема 1. Избирательная система и институт выборов Тема 2. Избирательное право. Взаимодействие избирательных и партийных систем Тема 3. Избирательная система Российской Федерации и роль выборов в ее политическом развитии Тема 4. Межпартийная конкуренция и выборы Тема 5. Политические технологии и политические технологи Тема 6. Особенности электорального поведения в России Тема 7. Политический маркетинг и изучение электорального рынка Тема 8. Политические коммуникации</p>					
Ответственная кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Выставочное дело				
Курс(ы)	4	Семестр(ы)	8	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации	зачет				
Место дисциплины в структуре ОП					
Дисциплина «Выставочное дело» является дисциплиной по выбору студента и относится к вариативной части образовательной программы. Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к прохождению преддипломной практики, применению полученные знаний и навыков для наиболее адекватного решения задач своей будущей профессиональной деятельности. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен обладать знаниями, полученными в ходе изучения предшествующих дисциплин: «Введение в профессию», «Основы интегрированных коммуникаций», «История отечественного искусства», «История рекламы и СО».					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; ПК-1: способность принимать участие в 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 деятельности по связям с общественностью.					
Планируемые результаты обучения					
Знать: основы выставочного дела, технологии выставок, организации и правилах проведения выставок, иметь представление о мировом, отечественном и региональном опыте экспозиций и выставок в сфере применения. Уметь: разрабатывать программу тематической выставки начиная с «идеи» выставки и кончая «дизайном» выставки. Владеть: навыками планирования и организации выставочной деятельности предприятия в сфере применения.					
Основное содержание дисциплины					
Введение. Понятие выставочного дела. Технология выставок. Правила проведения выставок. Планирование выставок. Организация выставок. Разработка программы тематической выставки. Оформление выставок. Российский и мировой опыт экспозиций выставок. Выставочная деятельность предприятия в сфере применения.					
Ответственная кафедра					
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью					



Аннотации рабочих программ дисциплин ОП
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Наименование дисциплины	Коммерция				
Курс	4	Семестр	8	Трудоемкость	2 з.е. (72 ак.ч.)
Формы промежуточной аттестации			зачет		
Место дисциплины в структуре ОП					
<p>Дисциплина «Коммерция» является дисциплиной по выбору студента, относится к вариативной части образовательной программы. Подготовка высококвалифицированных специалистов в области рекламы предполагает изучение целого комплекса экономических дисциплин, включающих в себя «Экономическую теорию» и «Историю экономических учений», а также прикладные экономические дисциплины: «Коммерция» и «Маркетинг». Особое место в экономических науках занимает дисциплина «Коммерция», рассматривающая методологические, организационные и финансово-экономические знания и действия, направленные на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли от реализации товаров.</p>					
Компетенции, формированию которых способствует дисциплина					
<p>Данная дисциплина способствует формированию следующих компетенций: ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию; ПК-15: владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.</p>					
Планируемые результаты обучения					
<p>Знать: основные труды современных экономистов в области коммерческой деятельности, основные направления их исследования; основные категории и закономерности коммерческой деятельности; технологию бизнес - планирования и осуществления коммерческих сделок. Уметь: использовать методы исследования рынка и коммерческой деятельности; представлять деятельность товарных бирж, аукционов, ярмарок и торгов. Владеть: методами исследования рынка и коммерческой деятельности; навыки, позволяющие принимать нормативно-обоснованные решения, в области коммерческой деятельности.</p>					
Основное содержание дисциплины					
<p>Раздел №1. Введение в коммерческую деятельность.Тема №1. Сущность и содержание коммерческой деятельности. Тема №2. Субъекты коммерческой деятельности. Раздел №2. Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг. Тема №3. Исследование товарных рынков. Тема №4. Управление товарной номенклатурой. Тема №5. Проведение коммерческих переговоров. Тема №6. Закупка и поставка товаров. Тема №7. Организация и управление процессами товародвижения. Тема №8. Сервисное обслуживание. Тема №9. Роль банков в коммерческой деятельности. Тема №10. Организация и техника операций на товарных биржах. Тема №11. Организация торговли на аукционах и торгах. Тема №12. Организация ярмарок. Тема №13. Особенности коммерческой деятельности на различных рынках. Тема №14. Эффективность коммерческой деятельности предприятия. Раздел №3. Государственное и международное регулирование предпринимательской деятельности. Тема №15. Правовая и нормативная база государственного регулирования предпринимательской деятельности. Тема №16. Сертификация продукции и услуг. Раздел №4. Коммерческая деятельность на внешнем рынке. Тема №18. Этапы выхода на внешний рынок. Тема №19. Внешнеторговый контракт. Тема №20. Условия поставки товаров и перемещение их через границу. Тема №21. Понимание цены экспортных и импортных товаров. Тема №22. Особенности ценообразования на мировом рынке. Тема №23. Товарные посредники и их деятельность на зарубежном рынке. Тема №24. Основные мировые товарные бирж. Тема №25. Международные аукционы. Тема №26. Арбитраж. Тема №27. Страхование международной торговли. Тема №28. Кредитование в международной торговле. Тема №29. Валютные и финансовые условия контрактов. Раздел №5. Организация коммерческой деятельности в сфере рекламы. Тема №30. Организация рекламной деятельности предприятия. Тема №31. Разработка рекламной программы.</p>					
Обеспечивающая кафедра					
Кафедра экономической теории					