

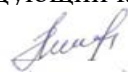
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Брянский государственный университет
имени академика И.Г. Петровского»**

Кафедра русской, зарубежной
литературы и массовых
коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой



(И.Н. Никитина)

«15» апреля 2022 г.

АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН, ПРАКТИКИ

ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код и наименование направления подготовки (специальности)

Направленность программы (профиль)

Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
наименование направленности (специализации) программы

Уровень высшего образования: бакалавриат

ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ ОПОП

Аннотация рабочей программы дисциплины «История (история России, всеобщая история)»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: сформировать системные знания о важнейших закономерностях и периодах всемирно-исторического процесса, комплексное представление о культурно-историческом своеобразии России и её месте в мировой цивилизации, учитывающие достижения отечественной и всеобщей исторической науки.

Задачи:

- овладеть историческими знаниями развития движущих сил и закономерностями всемирно-исторического процесса;
- сформировать умение осуществлять поиск исторической информации, её анализ и синтез в исторических источниках, руководствуясь принципами и методами исторической науки;
- использовать навыки применения полученных исторических знаний для сравнительного анализа прошедших и текущих событий и явлений в России и зарубежных стран;
- сформировать умения выстраивать продуктивное взаимодействие при отстаивании собственной мировоззренческой и гражданской позиции по вопросам развития российского общества в контексте развития мировой цивилизации, соблюдать требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «История (история России, всеобщая история)» относится к обязательной части ОПОП, входит в модуль «Мировоззренческий» и является обязательной для освоения дисциплиной во 2 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания, умения и навыки обучающихся, полученных в ходе освоения дисциплины «История» в средней общеобразовательной школе.

Дисциплина связана с учебными дисциплинами модуля «Мировоззренческий»: «Философия», «Культурология», «Правоведение».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- исторические методы критического анализа и современные научные достижения отечественной и всемирной истории;
- основные исторические факты, периодизацию и этапы, закономерности и процессы, характеризующие целостность отечественной и всемирной истории, особенности исторического пути России, её роль в мировом сообществе.

УМЕТЬ:

- выбирать и анализировать исторические источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению, рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу, получать новые исторические знания на основе исторических методов;
- выстраивать взаимодействие с учётом национальных этнокультурных и социокультурных особенностей, соблюдать требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом контексте.

ВЛАДЕТЬ:

- выявлением и исследованием исторических проблем с применением научных методов для их решения, демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;
- организацией продуктивного взаимодействия и способами преодоления барьеров в процессе межкультурного взаимодействия при отстаивании собственной мировоззренческой и гражданской позиции по вопросам развития российского общества в контексте развития мировой цивилизации, приёмами толерантного и конструктивного взаимодействия с людьми с учётом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Сущность, формы и функции исторического знания.

Особенности становления государственности в Древнем мире. Цивилизации Древнего Востока. Античные цивилизации: Древняя Греция. Античные цивилизации: Древний Рим. Проблема этногенеза древнерусской народности.

История Средних веков. Расцвет Древнерусского государства. Россия между Востоком и Западом (XII-XVI вв.). Образование централизованных государств в Западной Европе (XIII-XV вв.). Западная Европа в эпоху Возрождения.

Россия и мир в Новое время. Модернизация и промышленный переворот. Первые Романовы: становление абсолютизма. Становление Российской империи (XVIII в.). Буржуазные революции в Западной Европе. Война за независимость североамериканских колоний и образование США. Страны Западной Европы и Северной Америки в XIX веке. Российская империя в XIX веке.

Россия и мир в Новейшее время в первой половине XX века. Российская империя и внутрисоциальный кризис начала XX века. Международные отношения и дипломатия в первой половине XX века. Революции 1917 года в России. Советская Россия в 1917-1920 гг. СССР во второй половине 20-30-х гг. XX века. Западная Европа и США в 1918-1939 гг. Вторая мировая война. Великая Отечественная война 1941-1945 гг.

Россия и мир в Новейшее время во второй половине XX- начале XXI веков. Международные отношения в биполярном мире (1945-1991 гг.). Западная Европа и США во второй половине XX в. – начале XXI в. Советский Союз в 50-80 е гг. XX века: попытки реформ и нарастание кризиса. Перестройка и распад СССР. РФ в 90-е гг. XX века. Россия в первых десятилетиях XXI века. Современный мир в условиях глобализации.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 5 зачетных единиц.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы дефектологии»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у студентов базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах при взаимодействии с лицами с ограниченными возможностями здоровья.

Задачи дисциплины:

- формирование научных представлений о сущности социально-психологической адаптации лиц с ОВЗ в социальной и профессиональной сферах;
- изучение основных видов нарушений физического и психического развития человека;
- развитие навыков толерантного поведения по отношению к лицам с ОВЗ в социальной и профессиональной сферах.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Учебная дисциплина «Основы дефектологии» входит в обязательную часть ОПОП блока 1 модуль «Мировоззренческий». Изучение данного курса осуществляется на втором курсе во втором семестре и предусматривает использование обязательных форм учебной работы как лекции и практические занятия.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные виды нарушений физического и психического развития человека;
- базовые принципы социально-психологической адаптации лиц с ОВЗ в социальной и профессиональной сферах

Уметь:

- использовать дефектологические знания в профессиональном общении с различными группами населения;
- применять методы по организации социально-психологического сопровождения лиц с ОВЗ в социальной и профессиональной сферах.

Владеть:

- приемами толерантного взаимодействия по отношению к лицам с ОВЗ;
- способами решения типовых профессиональных задач, необходимых при взаимодействии с лицами с ОВЗ.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем знаний по курсу ««Основы дефектологии»» включает в себя: изучение дефектологии в системе наук о человеке, знакомит с понятиями «норма» и «аномалия» в развитии человека. Рассматриваются современные концепции и модели социализации лиц с ограниченными возможностями здоровья. Уделяется внимание особенностям взаимодействия с лицами, имеющими нарушения слуха, зрения, опорно-двигательного аппарата, в сферах интеллектуального и психического развития.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 ЗЕ.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Культурология»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

- формирование у студентов представлений о диалектическом единстве мировой культуре и уникальности каждой культуры, о содержании и особенностях отечественной культуры, ее обычаев и традиций, о ее месте в мировой культуре,
- выработка у них установок на уважительное отношение как к своей культуре, так и к культурам других народов,
- умения демонстрировать толерантность в межличностных отношениях, использовать полученные знания и навыки в своей будущей профессии.

Задачи:

- овладение студентами знаниями сущности культуры, закономерностей ее развития,
- понимание ее роли в жизнедеятельности человека и в становлении его как личности,
- ознакомление студентов с базисными культурными ценностями.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит модуль «Мировоззренческий», является обязательной для освоения в 3 семестре. Культурология связана с дисциплинами «Философия», «История».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- базовые положения общегуманитарных наук;

УМЕТЬ:

- использовать гуманитарные знания в своей социальной и профессиональной деятельности;

ВЛАДЕТЬ:

- научной методологией эффективного использования гуманитарных знаний в своей социальной и профессиональной деятельности.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Истоки культурологии.

Тема 2. Культурология как наука.

Тема 3. Основные культурологические школы и теории.

Тема 4. Основные категории и понятия культурологии.

Тема 5. Культура как социальное явление. Человек как творение и творец культуры.

Тема 6. Языки и символы (знаки) культуры.

Тема 7. Проблемы типологии культуры.

Тема 8. Социокультурная динамика.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Философия»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

- формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования;
- овладение базовыми принципами и приемами философского познания;
- введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами.

Задачи:

- развитие у студентов навыков критического восприятия и оценки источников информации;
- ознакомление студентов с широким спектром мнений выдающихся мыслителей по всему кругу вопросов, охватывающих проблемное поле философии;
- формирование умений логично формулировать, излагать и аргументировано отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения, используя положения и категории философии;
- Развитие способности к самостоятельному анализу и осмыслению принципиальных вопросов мировоззрения, постоянно находившихся во внимании философов;
- овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Мировоззренческий», является обязательной для освоения в 4 семестре. Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента не предусматриваются.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- основы философской методологии; основания философского осмысления социальной и природной реальности.

УМЕТЬ:

- применять на практике основные положения и методы гуманитарных, социальных и философских наук при решении социальных и профессиональных задач.

ВЛАДЕТЬ:

- приёмами поиска и систематизации важнейших философских идей и положений.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Философия, ее предмет и место в культуре.

Тема 2. История зарубежной и отечественной философии.

Тема 3. Философская онтология.

Тема 4. Философия о сознании и познании мира.

Тема 5. Философские проблемы научного познания.

Тема 6. Социальная философия.

Тема 7. Философская антропология.

Тема 8. Философские проблемы журналистики.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з.е.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Правоведение и противодействие экстремизму, терроризму, коррупции»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – освоить комплекс общих знаний по ведущим отраслям права РФ, получить представления об основных юридических категориях, уяснить значение общетеоретических знаний по отраслям права для дальнейшего их применения на практике.

Задачи:

- освоить систему знаний о праве, как науке, о принципах, нормах и институтах права, необходимых для ориентации нормативно-правовой базе России, эффективной реализации прав и законных интересов;
- овладеть умениями, необходимыми для применения освоенных знаний и способов деятельности для решения практических задач в правовой сфере;
- анализировать законодательство и практику его применения, ориентироваться в юридической литературе;
- формирование, закрепление и развитие нового юридического мышления и правовой культуры.
- анализ системы права и системы законодательства, механизмов и форм правового регулирования и реализации права;
- изучение общих закономерностей правомерного поведения, правонарушения и юридической ответственности, законности и правопорядка, правосознания и правовой культуры.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Мировоззренческий», является обязательной для освоения в 4 семестре. Связана с такими дисциплинами, как «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- основные юридические понятия, закономерности развития гражданского общества и правового государства;
- основные нормативно-правовые документы РФ

УМЕТЬ:

- применять понятийно-категориальный аппарат в профессиональной деятельности;
- ориентироваться в мировом историческом процессе и нормативно-правовой базе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;
- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;
- использовать полученные сведения по данной дисциплине в межличностном общении и профессиональной деятельности;
- ориентироваться в системе законодательства и нормативно-правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;
- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками юридического мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества;

- навыками извлечения необходимой информации нормативно-правового документа по проблемам экономики и бизнеса;
- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении по актуальным правовым вопросам;
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Право, понятие, функции, источники. Норма права.

Тема 2. Основы конституционного строя.

Тема 3. Основы административного права.

Тема 4. Основы трудового права.

Тема 5. Основы гражданского права.

Тема 6. Основы семейного права.

Тема 7. Основы уголовного права.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Социология»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является ознакомление студентов с концептуальными основами социологии как современной комплексной фундаментальной науки об обществе;

Задачи дисциплины:

1. формирование научного мировоззрения: представления об обществе, законах его функционирования и развития, места и роли в нем человека;
2. привить студентам научное представление социологическом подходе к личности, фактах ее формирования в процессе социализации, об основных закономерностях и формах регуляции социального поведения;
3. сформировать представление о природе возникновения социальных общностей и социальных групп, о видах социальных процессов и социальных изменений;
4. дать знания о типологии, основных источниках возникновения и развития социальных движений, о формах социальных взаимодействий

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Мировоззренческий», является обязательной для освоения в 5 семестре. Преподавание социологии опирается на базовое знание студентами философии, истории, культурологии, экономики. Изложение материалов курса основано на знаниях, полученных студентами по дисциплинам «История», «Философия», «Экономика».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: современные теоретические подходы к анализу социальных проблем и процессов;

Уметь: анализировать социально-значимые проблемы и процессы;

Владеть: навыками использования результатов социологических исследований для решения социально-значимых проблем.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Социология как наука, история ее развития.
2. Общество как социальная система.
3. Социальная структура общества.
4. Личность и общество.
5. Методика и методология социологического исследования.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономика»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: освоение компетенций, необходимых для подготовки бакалавров, владеющих экономическим мышлением, способных к анализу экономических проблем на микро- и макроуровне и использованию экономической информации в профессиональной деятельности и хозяйственной практике.

Задачи освоения дисциплины:

- формирование теоретических знаний и практических навыков при изучении и анализе закономерностей функционирования современной экономики на микро- и макроуровне;
- изучение методов построения эконометрических моделей объектов, явлений и процессов;
- анализ современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Мировоззренческий», является обязательной дисциплиной и изучается в 5 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания и умения обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплины «Обществознание» в школьном курсе.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- закономерности функционирования современной экономики на микро- и макроуровне;
- предпосылки формирования и развития товарно-денежных отношений, функционирования различных рыночных механизмов в зависимости от вида рынка и сегмента экономики;
- базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.

УМЕТЬ:

- применять финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролировать собственные экономические и финансовые риски;
- принимать рациональные решения в условиях относительной ограниченности доступных ресурсов, оценивать и принимать ответственность за их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом;
- рассчитывать и объяснять основные экономические показатели, термины, явления.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками использования экономических знаний при решении задач из различных сфер деятельности;
- навыками применения методов личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Микроэкономика. Предмет и метод экономической науки. Экономические системы. Спрос, предложение и рыночное равновесие. Эластичность спроса и предложения. Поведение потребителя. Фирма. Производство и издержки. Предпринимательство. Конкуренция и рыночные структуры. Рынки факторов производства и распределение доходов.

Раздел 2. Макроэкономика. ВВП и национальный доход. Макроэкономическое равновесие. Экономический цикл, занятость и безработица. Инфляция. Экономический рост. Экономика и государство. Международное движение капитала. Платежный баланс. Экономическая интеграция.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины «Политология»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: приобщить обучающихся к основам политической науки и сформировать системные знания о политической сфере общества, развитии политических процессов.

Задачи:

Объектом изучения дисциплины является мир политики или политическая сфера общества в своем многообразии и единстве. Предметом изучения являются основные категории и закономерности, раскрывающие мир политики.

Основные задачи дисциплины:

- научить основам политической науки применительно к специфике будущей профессиональной деятельности;
- сформировать умения применять полученные знания о мире политики для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах и коммуникационных продуктах;
- использовать навыки научной аргументации при отстаивании собственной мировоззренческой гражданской позиции, а также в сфере профессиональной деятельности, исходя из политических механизмов функционирования медиакоммуникационных систем, правовых и этических норм регулирования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Политология» относится к обязательной части ОПОП, входит в модуль «Мировоззренческий» и является обязательной для освоения дисциплиной в 6 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания, умения и навыки обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплины «История (история России, всеобщая история)». Дисциплина связана с учебными дисциплинами модуля «Мировоззренческий»: «Философия», «Культурология», «Правоведение», «Социология».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- основные категории, теории и методы политической науки, институциональные и внеинституциональные формы политической жизни: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;
- совокупность политических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

УМЕТЬ:

- применять понятийно-категориальный аппарат и методы политической науки, соблюдая принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов;
- формулировать идеи по актуальным политологическим проблемам и анализировать политические процессы, определяя совокупность политических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками научной аргументации при отстаивании собственной мировоззренческой гражданской позиции, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании журналистских текстов и/или коммуникационных продуктов;
- способностью осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом норм политической этики, прав и свобод человека и гражданина, на основе развитого правового сознания и политической культуры.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в политологию. Политология как наука. Методология познания политической реальности. Политическая жизнь как социальное явление.

История развития политической науки. Политико-правовая мысль Древнего мира и Средневековья. Гражданско-правовые концепции Нового времени. История российской политической мысли. Современные зарубежные политологические школы и парадигмы.

Политическая система и её институты. Политическая власть и властные отношения. Государство как политический институт. Политическая система. Политический режим. Политические партии и партийные системы. Гражданское общество. Политическое лидерство. Политические элиты. Выборы и избирательные системы

Политические процессы и политическая деятельность. Политические отношения и процессы. Политический конфликт. Политическое развитие и модернизация. Социокультурные аспекты политики. Технологии управления политическими процессами.

Мировая политика и международные отношения. Мировая политика и международные отношения. Геополитика. Современный мировой политический процесс.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Иностранный язык (Английский язык)»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)»

Цели:

• овладение системой иностранного языка как средством межкультурной коммуникации за счет знаний особенностей функционирования фонетических, лексико-грамматических, стилистических и социокультурных норм родного и иностранного языков в разных сферах речевой коммуникации; умение анализировать, обобщать и осуществлять отбор информации на языковом и культурном уровнях с целью обеспечения успешности процесса восприятия, выражения и воздействия в межкультурном и социальном дискурсах общения;

Задачи:

- изучение лексико-грамматического материала, необходимого для общения в наиболее распространенных повседневных ситуациях, звуковой культуры речи, специфики артикуляции звуков, интонации;
- овладение культурой устной речи (диалогической, монологической, полилогической) в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения; основами публичного выступления;
- овладение культурой письменной речи (аннотации, реферирование, дескриптивно-рефлексивное эссе, деловое и частное письмо);
- чтение аутентичных текстов: ознакомительное, просмотровое, изучающее, поисковое, критическое;
- развитие навыков аудирования аутентичных текстов разного типа (общее понимание, поиск определенной информации, слушание с последующим обсуждением и анализом); лингвокультуроведческая информация в сопоставительном аспекте

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)» В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина *«Иностранный язык (Английский язык)»* относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Коммуникативный», является обязательной для освоения в 1-4 семестрах. Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в средней общеобразовательной школе, и в результате изучения дисциплин, формирующих представление о фонетике, лексике, грамматике, стилистике и культуре речи языка.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)»

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

основы иностранного языка;

УМЕТЬ:

общаться, вести диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации;

- использовать приобретенные знания и знания иностранного языка в профессиональной деятельности, профессиональной коммуникации и межличностном общении;

ВЛАДЕТЬ:

- иностранными языками в объеме, достаточном для чтения текстов, общения с ньюсмейкерами, поиска необходимой информации в Интернете и работы в сети, профессиональной коммуникации.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ раздела	Наименование темы	Содержание раздела
1	Моя семья	Коррекция навыков произношения. Понятие об интонации. Сочетания смычных гласных. Стилистически нейтральная, наиболее употребительная лексика общего языка. Порядок слов в английском повествовательном предложении. Схема построения предложения. Спряжение глаголов to be, to have, to do в неопределенных временах. Типы сказуемых. Безличные предложения. Основные типы вопросительных предложений. Имя существительное. Образование множественного числа имен существительных. Местоимения. Восприятие на слух монологического высказывания по теме и его воспроизведение по вопросам преподавателя. Воспроизведение предложений по образцу. Определение основного содержания текста по знакомым опорным словам, интернациональной лексике, географическим названиям и т.п. Написание вопросов к тексту.
2	Моя квартира	Установка и корректировка звуков. Правила ударения в английском предложении. Ритм английской речи. Наиболее употребительные суффиксы и приставки существительных и прилагательных. Стилистически нейтральная наиболее употребительная лексика, относящаяся к общему языку. Обороты there is, there are. Артикль, употребление артикля. Артикли с географическими названиями. Понимание микродиалога по теме и его воспроизведение. Воспроизведение микродиалога по ролям. Развитие навыков ознакомительного и изучающего чтения. Запись ключевых слов к тексту. Написание плана текста.
3	Мой рабочий день	Интонация повествовательного предложения. Сочетания звуков [p]. Буквосочетания ai, au, ea. Полные и редуцированные формы служебных слов. Наиболее употребительные суффиксы и приставки наречий и прилагательных. Знакомство с основными типами словарей. Простые времена. Неопределенные времена. Прошедшее неопределенное время. Будущее неопределенное время. Понимание микродиалога по теме и его воспроизведение. Воспроизведение микродиалога по ролям. Развитие навыков ознакомительного и изучающего чтения. Запись ключевых слов к тексту. Написание плана текста.
4	Мой выходной день	Интонация как средство различения коммуникативных типов предложения. Многозначность слов. Прямое и переносное значение слова. Согласование времен. Случаи отклонение от правил последовательности времен. Прямая и косвенная речь. Обращение прямой речи в косвенную. Повествовательное, вопросительное и побудительное предложения.

		Фиксация ключевых слов при прослушивании текста и составление вопросов к нему. Краткое устное выступление по теме (с предварительной подготовкой). Определение принадлежности слова к той или иной части речи по подбору слов в предложении и морфологии. Умение написать подробный план по плану.
5	Мой университет	Дифтонги. Интонация приветствия. Суффиксы существительных. Словари: двуязычные и одноязычные; толковые, фразеологические и т.д. Длительные времена. Выделение ключевых слов и восстановление полного текста при многократном прослушивании. Постановка вопросов к тексту. Развернутые ответы на вопросы к тексту. Передача содержания текста с опорой на вопросы к нему. Развитие навыков беглого чтения. Написание краткого сообщения на произвольную тему с использованием ключевых слов и выражений.
6	Роль иностранных языков в жизни	Интонация как средство выражения модально-эмоциональных оттенков речи. Сочетаемость слов. Пассивный залог. Понимание основной идеи текста. Определение логической структуры текста. Развитие навыков устной монологической речи. Воспроизводство текста по ключевым словам и (или) по плану (краткий пересказ). Развитие навыков ознакомительного и изучающего чтения. Письменная фиксация ключевых слов при прослушивании и составлении плана текста.
7	Еда и напитки	Сочетание звуков [ŋk]. Буквосочетания ar, ng, nk. Ударение в двусложных словах. Приставки глаголов. Знакомство с основными типами словарей. Числительные. Чтение дат и дробей. Many, much, few, little, a lot of. Предлоги места, направления, времени. Составление плана при прослушивании текста по теме. Воспроизведение текста по плану. Развитие навыков просмотрового чтения. Написание краткого текста по плану.
8	Магазины и покупки	Сочетание звуков [zð, zθ]. Слогообразующие согласные. Суффиксы глаголов. Организация материала в двуязычном словаре. Структура словарной статьи. Прилагательное. Степени сравнения прилагательных и наречий. Наречия. Сочинительные и подчинительные союзы. Понимание микродиалога по теме и его воспроизведение. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Развернутые ответы на вопросы. Восприятие смысловой структуры текста (определение смысла каждого абзаца). Составление плана текста.

9	Россия	Мелодика. Фразовое ударение. Пауза. Темп. Закрепление наиболее употребительной лексики, относящейся к общему языку и отражающей широкую и узкую специализацию. Причастие 1. Причастие 2. Паузация как средство деления речевого потока на смысловые отрезки. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Развёрнутый ответ на вопрос. Изложение краткого содержания текста по-русски. Понятие о типах текста. Научно-журнальная статья. Научно-популярная статья. Учебный текст. Художественный текст. Письменная фиксация ключевых слов при чтении текста. Написание официального письма.
10	Москва	Чтение транскрипции. Порядковые числительные. Многозначность слов и знакомство с основными двуязычными словарями. Употребление Present Perfect Tense, Past Perfect Tense Понимание смысла основных частей диалога или монолога по изучаемой теме. Постановка вопросов к тексту. Изложение содержания текста с опорой на вопросы, ключевые слова и словосочетания. Развитие навыков поискового чтения. Запись ключевых слов и выражений текста (прочитанного или прослушанного).
11	Брянск	Чтение сочетаний гласных с согласными. Чтение гласных букв в неударных слогах. Суффиксы прилагательных и наречий. Устойчивые выражения: наиболее распространенные разговорные формулы-клише (обращение, приветствие, благодарность, извинение и т.д.). Настоящее совершенно-длительное время и его употребление. Прошедшее совершенно-длительное время и его употребление. Письменная фиксация ключевых слов при прослушивании текста и составление вопросов к нему. Воспроизведение текста максимально близко к оригиналу (подробный пересказ). Развитие навыков ознакомительного и изучающего чтения. Составление предложений с использованием ключевых слов и выражений.
12	Здоровый образ жизни	Интонация стилистически нейтральной речи. Суффиксы прилагательных. Знакомство с терминологическими словарями и справочниками. Модальные глаголы can, must, may, need, to have to Составление плана воспринимаемого текста и его воспроизведение согласно данному плану. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Употребление разговорных формул в коммуникативных ситуациях. Развитие навыков беглого чтения, поисковое чтение. Составление вопросов к тексту. Написание неофициального письма.

13	США	Интонация как средство различения коммуникативных типов предложения. Расширение словарного запаса за счёт лексических единиц, составляющих основу регистра научной речи. Инфинитив. Инфинитивные конструкции. Выделение основной идеи и логической структуры звучащего текста. Воспроизведение диалога по ролям. Развёртывание диалога в монологическую речь. Развитие навыков беглого чтения. Поисковое чтение. Изучающее чтение. Восстановление полного текста в письменном виде при многократном прослушивании.
14	Вашингтон	Интонация как средство выражения модально-эмоциональных оттенков речи. Закрепление наиболее употребительной лексики, относящейся к общему языку и отражающей широкую и узкую специализацию. Герундий. Понимание основной идеи текста. Определение логической структуры текста. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Употребление разговорных формул для выражения модальности в коммуникативных ситуациях (выражение предположения). Подготовленное сообщение по устной теме. Знакомство с основными типами справочно-библиографических материалов. Газетная статья. Письменная фиксация ключевых слов при прослушивании и составление плана текста.
15	Великобритания	Долгие и краткие гласные звуки. Сочетаемость слов. Лексические способы выражения возможности. Сослагательное наклонение. Понимание на слух основного содержания аутентичного текста по изучаемой теме с опорой на зрительный образ. Умение сформулировать основную идею, кратко передать основное содержание по ранее составленному плану к тексту. Основы публичной речи. Аннотирование и реферирование текстов по теме специальности. Составление вопросов к тексту.
16	Лондон	Интонация как средство различения коммуникативных типов предложения. Расширение словарного запаса за счёт лексических единиц, составляющих основу регистра научной речи. Сослагательное наклонение. Выделение основной идеи и логической структуры звучащего текста. Воспроизведение диалога по ролям. Развёртывание диалога в монологическую речь. Развитие навыков беглого чтения. Поисковое чтение. Изучающее чтение. Восстановление полного текста в письменном виде при многократном прослушивании.

17	Канада	Мелодика. Фразовое ударение. Пауза. Темп. Закрепление наиболее употребительной лексики, относящейся к общему языку и отражающей широкую и узкую специализацию. Сложное дополнение. Паузация как средство деления речевого потока на смысловые отрезки. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Развёрнутый ответ на вопрос. Изложение краткого содержания текста по-русски. Понятие о типах текста. Научно-журнальная статья. Научно-популярная статья. Учебный текст. Художественный текст. Письменная фиксация ключевых слов при чтении текста. Написание официального письма.
18	Праздники и обычаи Великобритании	Интонация как средство выражения модально-эмоциональных оттенков речи. Закрепление наиболее употребительной лексики, относящейся к общему языку и отражающей широкую и узкую специализацию. Герундий. Понимание основной идеи текста. Определение логической структуры текста. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Употребление разговорных формул для выражения модальности в коммуникативных ситуациях (выражение предположения). Подготовленное сообщение по устной теме. Знакомство с основными типами справочно-библиографических материалов. Газетная статья. Письменная фиксация ключевых слов при прослушивании и составление плана текста.
19	Средства массовой информации	Интонация как средство различения коммуникативных типов предложения. Образование имен прилагательных от основы существительных Многозначность слов. Прямое и переносное значение слова. Модальные глаголы. Фиксация ключевых слов при прослушивании текста и составление вопросов к нему. Краткое устное выступление по теме (с предварительной подготовкой). Определение принадлежности слова к той или иной части речи по подбору слов в предложении и морфологии. Умение написать подробный план по плану.
20	Телевидение в современном мире	Мелодика. Фразовое ударение. Пауза. Темп. Суффикс существительного -age Расширение словарного запаса за счет специализированных лексических единиц. Сложное дополнение. Понимание и определение логической структуры текста. Развитие навыков устной монологической речи. Реферирование текстов. Письменный перевод текста.
21	Пресса	Интонация как средство различения коммуникативных типов предложения. Глагольные суффиксы

		Сочетаемость слов Сложное подлежащее Выделение основной идеи и логической структуры звучащего текста Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Развернутый ответ на вопрос. Изложение краткого содержания текста. Аннотирование и реферирование текстов по теме специальности. Составление вопросов к тексту.
22	Журналы	Ритм. Ритмическая и смысловая группы (ударные и неударные слова в потоке речи). Суффикс прилагательного -less Закрепление наиболее употребительной лексики, относящейся к общему языку и отражающей широкую и узкую специализацию. Причастие Умение сформулировать основную идею, кратко передать содержание услышанного. Изложение краткого содержания текста. Реферирование текстов. Письменная фиксация ключевых слов при чтении текста.
23	Газеты	Интонация как фонетическое средство организации членения потока речи. Префикс глаголов и существительных mis- Знакомство с отраслевыми словарями и справочниками. Сослагательные наклонения. Условные предложения. Понимание основной идеи текста. Определение логической структуры текста. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Подготовленное сообщение по устной теме. Знакомство с приемами компрессирования содержания (формулирования главной мысли реферируемого материала без связи с формой выражения оригинала). Составление предложений с использованием ключевых слов и выражений.
24	Свобода слова	Интонация как средство выражения модально-эмоциональных оттенков речи. Образование новых слов путем изменения места ударения Сочетаемость слов. Лексические способы выражения несогласия. Предложения с wish. Понимание на слух основного содержания текста по изучаемой теме, сообщений. Устная постановка вопросов. Развернутый ответ на вопрос. Знакомство с периодическими изданиями по специальности. Письменный перевод текста.
25	Социальные сети (Интернет-ресурсы)	Мелодика. Фразовое ударение. Пауза. Темп. Суффиксы существительных -ance, -ence Расширение словарного запаса за счет специализированных лексических единиц. Безличное предложение Запоминание информации на слух и ее воспроизведение. Развитие навыков устной монологической речи, изложение содержания.

		Аннотирование и реферирование текстов. Письменный перевод текста.
26	Текущие события: пресса и политика	Ритм – чередование ударных и неударных слов в потоке речи. Наиболее часто используемые суффиксы и приставки. Закрепление наиболее употребительной лексики, отражающей широкую и узкую специализацию. Повторение и обобщение видовременных форм. Понимание на слух содержания сообщений по изучаемой теме. Устная постановка вопросов, развернутый ответ на них. Реферирование текстов. Письменный перевод текста.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 9 зачетных единиц, 324 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Русский язык и культура речи»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

повышение языковой и коммуникативной компетенции студентов, что предполагает владение нормами литературного языка, а также умение оптимально использовать языковые средства в различных ситуациях устного и письменного общения, прежде всего, в ситуациях, типичных для профессиональной деятельности.

Задачи:

- 1) совершенствование уровня владения нормами современного русского литературного языка;
- 2) развитие коммуникативных способностей в устной и письменной формах для эффективного взаимодействия с партнером по общению;
- 3) формирование умения создавать устные и письменные профессионально значимые высказывания, отвечающие требованиям максимально эффективной коммуникации;
- 4) развитие способности решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе библиографической культуры;
- 5) формирование речевой культуры и профессиональной этики.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Коммуникативный», является обязательной для освоения в 1 семестре. Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные в среднем общеобразовательном учебном заведении.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- нормы современного русского литературного языка;
- правила и принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации;
- особенности функционирования языковых средств в русском языке;

УМЕТЬ:

- создавать на русском языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи;
- выбирать на русском языке коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами;

ВЛАДЕТЬ:

- нормами устной и письменной литературной речи;
- навыками ведения дискуссии и построения устного публичного выступления.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Культура речи. Аспекты культуры речи.

Тема 2. Язык и речь. Формы существования русского языка.

Тема 3. Произносительные нормы современного русского языка.

Тема 4. Коммуникативные качества речи. Лексические нормы.

Тема 5. Грамматические нормы.

Тема 6. Функциональные стили русского языка.

Тема 7. Основы информационно-библиографической культуры.

Тема 8. Публичное выступление.

Тема 9. Речевое взаимодействие. Речевой этикет.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е., 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Мотивационный тренинг»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: овладение студентами методами создания и усиления учебной мотивации, изучение системы общепсихологических знаний, включающих фундаментальные концепции, устоявшиеся закономерности, факты психологических явлений.

Задачи:

- научить выполнять различные виды учебных и учебно-исследовательских письменных работ;
- научить использовать в учебно-профессиональной деятельности разные виды источников информации;
- познакомить с особенностями эффективной подготовки и приёмами устного выступления;

- научить определять и формировать мотивы деятельности, добиваться максимального результата;
- мотивировать стремление включиться в профессиональную деятельность;
- научить ставить цель, планировать и организовывать самостоятельную учебно-профессиональную деятельность, рационально рассчитывать время;
- познакомить с психологическими основами личной эффективности;
- дать знания о механизмах взаимодействия в группе и научить способам продуктивного взаимодействия в обычных и конфликтных ситуациях;
- познакомить с основами стресс-менеджмента и приемами снятия эмоционального напряжения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Коммуникативный», является обязательной для освоения в 1 семестре. Её преподавание обеспечивает логическую взаимосвязь с общеобразовательными учебными дисциплинами (с культурологией, историей), способствует улучшению адаптации первокурсников в новой социальной среде.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные положения уровневой системы высшего образования;
2. нормативно-правовую документацию, регулирующую деятельность БГУ;
3. структуру, задачи специфику функционирования вуза и особенности обучения в высшей школе;
4. специфику оформления и основные требования к учебным и учебно-исследовательским работам;
5. особенности использования в учебно-профессиональной деятельности различных видов и источников информации;
6. виды и функции речи, основы речевого этикета;
7. основные барьеры коммуникации и средства их преодоления;
8. понятие деятельности, особенности учебно-профессиональной деятельности;
9. понятие о мотиве и мотивации, основные группы мотивов, приемы самомотивации;
10. факторы успешности учебно-профессиональной деятельности;
11. основы психологической саморегуляции и совладания со стрессом;
12. основные аспекты планирования будущей карьеры, её особенности в сфере образования.

Уметь:

1. использовать ресурс различных подразделений университета для повышения успешности учебно-профессиональной деятельности;

2. выполнять различные учебные и учебно-исследовательские работы с учетом современных требований;
3. грамотно использовать в учебно-профессиональной деятельности различные информационные ресурсы;
4. учитывать возможные барьеры коммуникации и преодолевать их при подготовке и организации устного выступления;
5. применять базовые знания в образовательной, культурно-просветительской, экспертно-аналитической, организационно-управленческой деятельности;
6. определять цели, планировать и расставлять приоритеты в деятельности;
7. повышать личную эффективность в общении: формировать позитивное впечатление, использовать активное слушание, соблюдать этикет в общении, бесконфликтно общаться с разными людьми;
8. определять стрессовые ситуации и преодолевать стрессовые состояния, устранять причины развития стресса;
9. учитывать и планировать время, расставляя временные приоритеты;
10. учитывать основные критерии и факторы карьерного успеха в процессе учебно-профессиональной деятельности.

Владеть:

1. приемами расстановки приоритетов и мотивации в учебно-профессиональной деятельности;
2. методами самооценки, самоконтроля и принятия ответственности за результаты деятельности;
3. различными способами вербальной и невербальной коммуникации;
4. способами эффективного взаимодействия с другими субъектами образовательного процесса;
5. некоторыми техниками противостояния стрессу и поиска личных ресурсов;
6. процедурами учета и приемами планирования времени;
7. методами самопрезентации и планирования карьеры.

Приобрести опыт деятельности:

1. по анализу психологических явлений, связанных с изучением, анализом психических процессов и развитием личности;
2. по основам психологической диагностики изучаемой личности и самодиагностированию;
3. по составлению типовых развивающих и коррекционных программ социализирующей личности и первичного коллектива;
4. в ориентации себя на успех, самоподдержание доминирующих мотивов деятельности и активности;

в применении приёмов самопрезентации, формирования индивидуального имиджа

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Мотивационно-коммуникативный тренинг «Введение в студенчество»
2. Психология учебной и профессиональной деятельности
3. Виды учебных и учебно-исследовательских письменных работ
4. Специфика работы с различными источниками информации
5. Психология устного выступления
6. Психологическая безопасность личности

7. Психологические основы личной эффективности
8. Психология целеполагания и планирования карьеры

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е., 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Психология»

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов навыков грамотного использования полученных знаний в учебно-научной и будущей практической деятельности, при организации межличностного взаимодействия в трудовых коллективах, умений психолого-педагогической диагностики личности и приёмов воздействия на нее при осуществлении своих профессиональных функций.

Задачи освоения дисциплины:

- расширить кругозор знания, сформировать у студентов умения и навыки по общим вопросам психологии;
- научить студентов практическим приёмам регуляции и развития психических и познавательных процессов, состояний, свойств эмоционально-волевой и других сфер личности, индивидуальных и характерологических особенностей.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к *обязательной части ОПОП*. Дисциплина входит в модуль "Коммуникативный", является *обязательной для освоения* в 1 семестре.

Учебная дисциплина «Психология» обеспечивает логическую взаимосвязь между общеобразовательными и профессиональными учебными дисциплинами. Курс имеет выраженную прагматическую направленность на развитие социальной компетентности, понимаемой как демонстрация соответствия индивидуальных способностей требованиям межличностной, социально-ролевой и экономико-правовой ситуациям взаимодействия.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

УК-3. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия и категории научной психологии;
- закономерности функционирования психики, сознания, психических процессов, состояний и свойств;
- методологические и теоретические основы общей психологии;
- основные направления, подходы, теории в психологии и современные

тенденции развития психологических концепций;

- **Уметь:**

- использовать понятийный аппарат психологии;
- работать с научной психологической литературой;
- самостоятельно анализировать психологические феномены, исходя из различных концептуальных подходов;

- разрабатывать программу психологического обследования и развития в соответствии с проблемой;

- подбирать методические инструменты, адекватные поставленным задачам;
- применять психологические методы (наблюдение, эксперимент, беседа, анализ продуктов деятельности, некоторые тесты) и интерпретировать результаты в исследовательских целях;

- использовать полученные знания в профессиональной деятельности.

- анализировать собственные психические и психологические особенности.

- **Владеть:**

- системой теоретических знаний по основным разделам общей психологии;

- навыками проведения психологического исследования;

- навыками сбора эмпирических данных с помощью диагностических методик;

- последующей обработкой, формированием обоснованных выводов.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел I. Введение в психологию

Психология как отрасль научного знания

Развитие психики и сознания

Психология личности

Раздел 2: Психические процессы и состояния

Психические процессы

Эмоционально-волевые процессы и психические состояния

Раздел 3: Психические свойства личности.

Индивидуально - психологические особенности личности

Деятельность и способности личности

Раздел 4: Психология групп и общения

Речь и общение. Межличностные отношения и конфликты

Психология социальной (малой) группы. Основы психологии больших социальных групп и движений.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е., 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Физическая культура и спорт»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

- формирование физической культуры личности и способности использования

разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи:

- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющие психофизическую готовность студента к будущей профессии;
- приобретение личного опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности, повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Здоровьесберегающий», является обязательной для освоения в 1 семестре. Для освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в общеобразовательной школе и в ходе изучения дисциплин: «Биология», «Химия», «История», «Обществознание», «ОБЖ», «Физическая культура».

Освоение дисциплины «Физическая культура и спорт» является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- роль физической культуры в укреплении здоровья человека;
- основы функционирования основных органов и систем организма и особенности влияния на их работоспособность, средств физической культуры;
- знать и соблюдать нормы здорового образа жизни.

УМЕТЬ:

- самостоятельно и методически правильно применять средства физической культуры и различные системы физических упражнений для достижения должного уровня физической и психологической подготовленности.

ВЛАДЕТЬ:

- основными умениями и навыками в развитии двигательных способностей и психических свойств с помощью средств физической культуры;
- методами и способами организации здорового образа жизни.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕМА 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.

ТЕМА 2. Социально-биологические основы физической культуры.

ТЕМА 3. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья.

Тема 4. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности. Гимнастика.

Тема 5. Легкая атлетика.

Тема 6. Спортивные и подвижные игры.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е., 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

- формирование культуры безопасности, предполагающей готовность и способность выпускника использовать приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в любой сфере деятельности;
- формирование мышления безопасности и системы ценностных ориентиров, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритетных.

Задачи: - формирование необходимой теоретической базы в области техносферной безопасности;

- приобретение знаний, умений и навыков для идентификации опасностей и оценки рисков в сфере своей профессиональной деятельности для последующей защиты от опасностей и минимизации неблагоприятных воздействий на основе сопоставления затрат с выгодами;

- воспитание мировоззрения и культуры безопасного поведения и деятельности в условиях ЧС мирного и военного времени;

- формирование навыков по оказанию первой помощи при наиболее распространенных неотложных состояниях и травмах в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени (ЧС).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Здоровьесберегающий», является обязательной для освоения в 4 семестре.

Для освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные на предыдущем уровне образования.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- методы защиты от ЧС применительно к сфере своей профессиональной деятельности;
- алгоритм действий при возникновении ЧС мирного и военного времени;

УМЕТЬ:

- прогнозировать развитие негативных воздействий и оценивать их последствия на рабочем месте;
- выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности;
- оказать первую помощь;

ВЛАДЕТЬ:

- способностью предотвращать возникновение ЧС на рабочем месте;
- навыками оказания первой помощи;
- способностью принимать участие в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения ЧС.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в безопасность. Характеристика системы «человек - среда обитания».

Тема 2. Человек и техносфера.

Тема 3. Психофизиологические и эргономические основы безопасности.

Тема 4. Виды и условия трудовой деятельности.

Тема 5. Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания.

Тема 6. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения.

Тема 7. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека.

Тема 8. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации.

Тема 9. Управление безопасностью жизнедеятельности.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е., 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы

учебной дисциплины «Основы информационных технологий»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения учебной дисциплины:

– овладение студентами базовыми компетенциями в области современных информационных технологий, а также умением эффективно применять методы и приемы использования информационных технологий в ситуациях, типичных для будущей профессиональной деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- 1) совершенствование уровня владения методами и средствами современных информационных технологий;
- 2) развитие способности решать задачи профессиональной деятельности с использованием информационных технологий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП, входит в модуль «Введение в информационные технологии», является обязательной для освоения во втором семестре.

Дисциплина является одной из основополагающих дисциплин, обеспечивающих умение использовать в социальной, познавательной и будущей профессиональной деятельности бакалавра навыки работы с компьютерной техникой, современными информационными технологиями, обеспечивающими сбор, обработку и интерпретацию информации для формирования суждений по соответствующим общегуманитарным и профессиональным проблемам, определяющим профессиональную направленность подготовки бакалавра.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплины «Информатика» в общеобразовательной школе.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

Знать:

- современные информационные технологии и понимать принципы их работы.

Уметь:

- осуществлять дифференцированный отбор современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.

Владеть:

- опытом решения профессиональных задач на основе понимания принципов работы современных информационных технологий.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основные понятия, эволюция, классификация и тенденции развития информационно-коммуникационных технологий.

Тема 2. Платформа в информационных технологиях.
Тема 3. Информационно-коммуникационные технологии конечного пользователя.
Тема 4. Компьютерные сети и сетевые информационно-коммуникационные технологии.
Тема 5. Глобальная сеть Интернет и Интернет-технологии.
Тема 6. Информационные ресурсы и сервисы Интернета.
Тема 7. Мультимедиа технологии и продукты мультимедиа.
Тема 8. Организация защиты информации в информационно-коммуникационных технологиях.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 часа.
Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Профильное программное обеспечение для решения задач профессиональной деятельности»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения учебной дисциплины:

– овладение студентами программным обеспечением, а также умением эффективно применять методы и приемы использования профильного программного обеспечения в ситуациях, типичных для будущей профессиональной деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение истории и основных понятий сквозных цифровых технологий;
- формирование навыков разработки веб-сайтов с использованием конструкторов;
- формирование навыков разработки растровых и векторных изображений для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов;
- формирование базовых навыков работы с 3D-принтером и системами виртуальной реальности для подготовки современных коммуникационных продуктов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП, входит в модуль «Введение в информационные технологии», является обязательной для освоения в 6 семестре.

Дисциплина является одной из основополагающих дисциплин, обеспечивающих умение использовать в социальной, познавательной и будущей профессиональной деятельности бакалавра навыки работы с компьютерной техникой. Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций», «Основы информационных технологий».

Углубление и расширение вопросов, затронутых при освоении данной дисциплины, будут служить основой для написания выпускной квалификационной работы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы, в рамках традиционных и современных средств рекламы.

(06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/02.6

11.013 Графический дизайнер В/02.6).

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

Знать:

- принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности;
- современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Уметь:

- отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности.

Владеть:

- способностью применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. История и основные понятия информационных технологий и сети Интернет

Тема 2. Работа с растровой графикой

Тема 3. Работа с векторной графикой

Тема 4. Использование аддитивных технологий и технологий виртуальной реальности в рекламе и связях с общественностью

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы «Основы математической обработки информации»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: получение студентами знаний основ классических методов математической обработки информации, навыков применения математического аппарата обработки данных теоретического и экспериментального исследования при решении профессиональных задач. Курс реализуется с учетом современных тенденций в образовании, и включает в себя интегрированный подход, ориентированный на решение профессиональных задач.

Задачи:

- сформировать у студентов умения и навыки по использованию основ математической обработки информации в учебных, прикладных и научных исследованиях;
- научить студентов практическому приложению основ математической обработки информации в других областях науки и практики.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения в 1 семестре. Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные в средней общеобразовательной школе по математике, алгебре.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы и направления развития знания в области их методов.

Уметь: получать знания на основе методов математической обработки информации с учетом норм профессиональной деятельности.

Владеть: методами выявления проблем и методов анализа в условиях реальной профессиональной практики.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Основные элементы теории множеств.
2. Комбинаторные задачи и методы их решения.
3. Основные элементы теории комбинаторики.
4. Классификация определённых вероятностей. Вероятностные суммы и произведения.
5. События и их вероятности.
6. Вероятность суммы и произведения событий.
7. Использование компьютера для решения задач ТР.
8. Обработка результатов эксперимента.
9. Математическое ожидание дисперсии среднего отклонения.
10. Проверка статистических гипотез.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачёт.

Аннотация рабочей программы «Деловое и профессиональное общение»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: освоение этических основ, форм и сфер делового и профессионального общения, требований этикета, сложившихся на основе исторической практики и отчасти закрепленных в нормативных документах.

Задачи:

- изучение этических основ делового и профессионального общения, формирования современной деловой культуры; деловой этики в рекламе;
- изучение теории и практики ведения деловых переговоров, их организации и подготовки, концептуальных подходов;
- освоение психологии делового общения, тактических приемов на переговорах, техники аргументации, предотвращения конфликтных ситуаций;
- рассмотрение вопросов делового этикета, бизнес-протокола, атрибутов делового и профессионального общения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения во 2 семестре. Для изучения необходимы знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения дисциплин «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: нормы устной и письменной речи русского языка, а также правила вступления в коммуникацию для решения задач межличностного взаимодействия в сфере делового общения; особенности и закономерности создания эффективной коммуникации; особенности внутренней и внешней коммуникации организации.

Уметь: применять рациональную тактику делового общения, используя убедительную аргументацию с учетом восприятия партнера.

Владеть: навыками вступления в коммуникацию для решения профессиональных задач; навыками установления доверительного контакта и диалога; налаживать внутреннюю и внешнюю коммуникации в организации.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Понятие и сущность общения.
2. Понятие и сущность культуры делового общения.
3. Техники и приемы делового общения.
4. Культура речи и профессиональная деятельность.
5. Деловое общение как тип речевой коммуникации.
6. Самопрезентация и позиционирование в деловом общении.
7. Основные способы психологического воздействия в деловом общении.
8. Формы делового общения.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з.е., 144 часа.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «История мировой литературы»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

- 1) ознакомление студентов с историей русской и зарубежной литературы как наиболее важных областей современного литературоведения;
- 2) формирование знаний о генезисе, основных тенденциях, идейном и художественном своеобразии мировой литературы на разных исторических этапах.

Задачи:

- 1) показать особенности мирового литературного процесса, рассмотреть основные проблемы национальной литературы разных периодов;
- 2) формирование у бакалавров научного представления о литературе как социально-эстетическом феномене
- 3) знакомство с особенностями творческой индивидуальности крупнейших писателей и закономерностями литературного процесса;
- 4) изучение системы жанров и стилевых направлений, течений данного историко-литературного периода;
- 5) воспитание навыков филологической культуры специалиста по рекламе и связям с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения в 1, 2 семестрах.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

содержание классических произведений мировой литературы (русской и зарубежной); важнейшие черты литературных направлений мировой литературы (классицизм, сентиментализм, романтизм, реализм, модернизм), историю мировой литературы в ее персоналиях, содержание классических произведений мировой литературы, этапы развития отечественной и зарубежной литературы XX-XXI века

УМЕТЬ:

анализировать художественные произведения русских и зарубежных писателей; ориентироваться в способах и формах усвоения художественной традиции в истории литературы; собирать, структурировать и излагать материал по проблемам истории мировой литературы всех периодов

ВЛАДЕТЬ:

основами филологического подхода к литературно-художественному материалу в его историческом развитии; знаниями в области теории, истории

литературы как важнейшей части общекультурного, гуманитарного, филологического профессионального багажа специалиста по рекламе и связям с общественностью.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение. Специфика развития мирового историко-литературного процесса .

Устное народное творчество: художественная система, специфические особенности.

Древнерусская литература. Специфические особенности древнерусской литературы и её художественной системы

Основные методы и направления в мировой литературе.

Классицизм. Направление и стиль. Французский и русский
Классицизм.

История русского и западноевропейского романтизма: Жуковский В.А. и И. Гете.

Романтическая драматургия Ф. Шиллера. Поэты пушкинской поры.

А.С. Пушкин: обзор жизни и творчества. Тематическое многообразие лирики поэта. Проза. Поэмы. Драматургия.

М.Ю. Лермонтов: обзор жизни и творчества. Тематическое многообразие лирики. Проза. Драматургия. Поэмы.

Н.В. Гоголь. Сатирический аспект русского реализма в творчестве Гоголя: «Мертвые души», «Ревизор». «Петербургские повести»

Критический реализм в русской и зарубежной литературе

Поэзия 1860-х гг.

Поэзия Н.А. Некрасова.

Поэзия Ф.И. Тютчева

Лирика А.А. Фета

Творчество А.К. Толстого

Историко-литературный процесс на рубеже веков

А.П. Чехов: обзор жизни и творчества

Поэзия Серебряного века

Тема Великой Отечественной войны в русской литературе

Своеобразие эпохи рубежа XIX – XX вв.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 9 з.е., 324 часа.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины является: ознакомление студентов с социально-психологическими исследованиями СМИ, приобретающими особое значение в эпоху бурного развития информационных технологий. Предметом курса «Психология массовых коммуникаций» выступают закономерности влияния средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение людей. В рамках курса рассматривается специфика и каналы массовой коммуникации, теоретические подходы к ее изучению и методы ее исследования, специфика информирования и убеждения в СМК, влияние МК на формирование образа мира,

а также направление влияния СМК в отдельных областях (поведении индивида, межгрупповых отношениях, массовых процессах).

Задачи освоения дисциплины:

- Формирование умения эффективно использовать знания методов коммуникативного воздействия;
- Выработка понимания принципов эффективности коммуникативного взаимодействия, учета коммуникативных барьеров.
- Ознакомление с эффектами воздействия средств массовой информации и коммуникации на аудиторию.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к *обязательной части ОПОП*. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является *обязательной для освоения* в 3 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин мотивационный тренинг, психология, основы теории коммуникации.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

Психологические закономерности аудитории средств массовой коммуникации, виды психологического воздействия в ходе массовой коммуникации;

Принципы и приемы формирования имиджа медиакоммуникатора и медиабренда.

УМЕТЬ:

Самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области психологии массовой коммуникации.

Уметь использовать методы и технологии воздействия в средствах массовой коммуникации.

ВЛАДЕТЬ:

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной среды, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

методами психологического анализа сообщений массмедиа и каналов массовой коммуникации

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Массовая коммуникация как объект социально-психологических исследований. Теоретические подходы к изучению эффектов массовой коммуникации.
2. Виды психологического воздействия в ходе массовой коммуникации
3. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации
4. Психологический анализ каналов массовой коммуникации

5. Психологические закономерности аудитории средств массовой коммуникации. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации.
6. Психологический анализ сообщений массмедиа
7. Психологические аспекты информационных процессов субъекта в ходе массовой коммуникации

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е., 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Стилистика языка в современных массмедиа»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

- обучение студентов основам стилистики с учетом конкретных задач, обусловленных местом данной дисциплины в учебном плане и особенностями аудитории;
- содействие становлению профессиональной компетентности.

Задачи:

- получение представлений о теоретических основах стилистики как одного из современных направлений исследования языка в функциональном аспекте;
- овладение основными стилистическими ресурсами фонетики, лексики, фразеологии, словообразования, морфологии и синтаксиса современного русского литературного языка;
- приобретение навыков выделения и описания основных функциональных стилей современного русского литературного языка, а также их жанрово-стилистических разновидностей; определения стилистических норм как особого типа общезыковых норм.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения в 5 семестре. Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра «Основы теории коммуникации», «Русский язык и культура речи».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- фонетические, лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в целом и применительно к практике современных СМИ.

УМЕТЬ:

- редактировать различные материалы для СМИ, используя современные технологии;
- уметь следовать в профессиональной деятельности фонетическим, лексическим, грамматическим, семантическим, стилистическим нормам современного русского языка.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками устной и письменной речи, ее нормами и средствами выразительности;
- основными методами и приёмами исследовательской и практической работы с текстом, рекомендательной и справочной литературой.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Понятие о стилистике (объект и предмет стилистики, литературный язык в системе национального языка, функционально-стилевая дифференциация литературного языка).

Тема 2. Функциональная стилистика (предмет функциональной стилистики, её основные понятия; русская разговорная речь, официально-деловой стиль, научный стиль, публицистический стиль, язык художественной литературы, устные функциональные варианты литературного языка).

Тема 3. Стилистическое использование языковых средств (стилистические ресурсы семантики лексических единиц; стилистические свойства лексических единиц, связанные с их происхождением; стилистические свойства устаревших и новых лексических единиц; стилистический потенциал лексических единиц, различающихся сферой употребления; стилистическое и стилевое распределение лексических единиц; стилистический потенциал фразеологических единиц; стилистический потенциал словообразования; фонетико-графические средства стилистики; грамматические средства стилистики; тропы и стилистические фигуры).

Тема 4. Стилистический потенциал словообразования. Фонетико-графические средства стилистики.

Тема 5. Морфологические средства стилистики.

Тема 6. Синтаксические средства стилистики.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з.е., 144 часа.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Иностранный язык в сфере масс-медиа» (английский)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

овладение системой иностранного языка как средством межкультурной коммуникации за счет знаний особенностей функционирования фонетических, лексико-грамматических, стилистических и социокультурных норм родного и иностранного языков в разных сферах речевой коммуникации; умение анализировать, обобщать и осуществлять отбор информации на языковом и культурном уровнях с целью обеспечения успешности процесса восприятия, выражения и воздействия в межкультурном и социальном дискурсах общения.

Задачами являются лексико-грамматический материал, необходимый для общения в наиболее распространенных повседневных ситуациях; звуковая культура речи: специфика артикуляции звуков, интонации; культура устной речи (диалогической, монологической, полилогической) в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения; основы публичного выступления; культура письменной речи (аннотации, реферирование, дескриптивно-рефлексивное эссе, деловое и частное письмо); чтение аутентичных текстов: ознакомительное, просмотровое, изучающее, поисковое, критическое; аудирование аутентичных текстов разного типа (общее понимание, поиск определенной информации, слушание с последующим обсуждением и анализом); лингвокультуроведческая информация в сопоставительном аспекте.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения в 5 семестре, связана с дисциплиной «Иностранный язык».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ: общепринятые выражения-штампы деловой и общественно-политической лексики на русском и иностранном(ых) языке(ах) в беседе на аналогичные темы; общепринятые выражения-штампы деловой и общественно-политической лексики на русском и иностранном(ых) языке(ах), предполагающие творческое их применение; особенности составления медиатекстов и (или) медиапродуктов; общепринятые выражения-штампы деловой и общественно-политической лексики на русском и иностранном(ых) языке(ах)

УМЕТЬ: составлять рекламные продукты различных жанров; свободно и творчески использовать этикетные формулы на русском и иностранном (ых) языке (ах);

ВЛАДЕТЬ: методами делового общения в интернациональной среде на русском и иностранном (ых) языке (ах) для решения типовых алгоритмических задач; методами делового общения в интернациональной среде на русском и иностранном (ых) языке (ах) на творческом уровне

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Английский язык в современном мире. Основы делового общения. Деловое письмо.

Интервьюирование на английском языке.

В командировке.

Реферирование текста по направлению подготовки.

Написание рекламных материалов в аналитических жанрах.

Написание рекламных материалов в художественно-публицистических жанрах.

Написание рекламных материалов в информационных жанрах.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 3 з.е., 108 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

- формирование систематизированных знаний об экономике и менеджменте в средствах массовой информации как особой области практической деятельности и связанного с ней научного знания, теоретических и практических знаний, умений и компетенций рационального хозяйствования в условиях ограниченности экономических ресурсов хозяйствующих субъектов.

Задачи:

- ознакомить студентов с теоретической основой экономики и менеджменте в средств массовой информации;

- формирование у студентов понятий и терминов, связанных с функционированием экономической инфраструктуры журналистики в печатных и электронных средствах массовой информации;

- формирование системы знаний о методах, инструментах, способах и средствах решения экономических проблем медиабизнеса;

- формирование практических навыков анализа ситуаций на информационном рынке, а также решения проблемных ситуаций в области управления экономикой СМИ;

- формирование знаний в области редакционного менеджмента, умение использовать в редакционной практике экономические инструменты, позволяющие достигать наилучших конечных результатов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Учебная дисциплина «Экономика и менеджмент в СМИ» относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения в 6 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

Освоение дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» необходимо как предшествующее для следующих теоретических дисциплин: «Медиапланирование», «Основы управления проектами в рекламе и связях с

общественностью».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- теоретические аспекты функционирования экономики в средствах массовой информации на глобальном, национальном и региональном уровнях,
- теоретические основы медиаменеджмента;
- механизмы и процессы управления в СМИ.

УМЕТЬ:

- определять совокупность экономических факторов, регулирующих развитие медиабизнеса на глобальном, национальном и региональном уровнях,
- использовать экономические знания и знания в области медиаменеджмента в профессиональной деятельности;
- анализировать механизмы и процессы управления в СМИ.

ВЛАДЕТЬ:

- способностью осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики основных механизмов и процессов управления в области медиаменеджмента;
- навыками анализа механизмов и процессов управления в СМИ.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основные темы дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ»:

Тема 1. Сущность и содержание экономики и менеджмента в СМИ

Тема 2. Эволюция менеджмента. Международные модели менеджмента

Тема 3. Внешняя и внутренняя среда медиабизнеса. Информационный рынок

Тема 4. Стратегическое и оперативное управление в СМИ

Тема 5. Финансовая политика медиабизнеса

Тема 6. Управленческие решения в медиаменеджменте

Тема 7. Управление персоналом в медиаменеджменте

Тема 8. Власть, влияние и лидерство в медиаменеджменте. Организационные изменения

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Основы теории коммуникации»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: изучение истории и современных проблем теории коммуникации, методологии коммуникативных процессов, различных видов и уровней коммуникации.

Задачи:

- Формирование знаний по основам теории коммуникации и развитие умений их практического использования в самостоятельной работе;
- Развитие умений идентифицировать проблемы коммуникации и решать их на основе знаний факторов и процессов теории коммуникации;

Развитие навыков анализа различных уровней, форм и жанров коммуникации с учетом критериев эффективности коммуникационных процессов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения в 1 семестре. Преподавание основ теории коммуникации опирается на базовое знание студентами культуры речи, психологии.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные по результатам обучения в средней общеобразовательной школе и в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

особенности коммуникации в устной и письменной формах;

УМЕТЬ:

осуществлять подготовку текстов в устноречевой и письменноречевой формах;

ВЛАДЕТЬ:

способностью осуществлять коммуникации в устной и письменной формах.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Предмет теории коммуникации, функции, роль коммуникативной компетентности.
2. Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме. Современные концепции коммуникации.
3. Методы теории коммуникации.
4. Коммуникативный процесс. Структура модели, основные элементы.
5. Коммуникативные барьеры.
6. Особенности межличностной и массовой коммуникации.
7. Коммуникация в малых группах.
8. Вербальная коммуникация.
9. Семиотика.
10. Формы речевой коммуникации.
11. Устноречевая коммуникация.
12. Письменноречевая коммуникация.
13. Невербальная коммуникация.
14. Коммуникация в организациях.
15. Политическая коммуникация.
16. Публичная коммуникация.

17. Межкультурная коммуникация.

18. Особенности маркетинговых коммуникаций.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 5 з.е.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Основы рекламы и PR»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

формирование у студентов представлений о природе, источниках формирования, основных функциях, моделях, технологиях, критериях оценки эффективности связей с общественностью (PR) и рекламы.

Задачи:

- сформировать знания основ рекламы и PR путем освоения студентами возможно большего объема исторических и современных знаний;
- достичь понимания студентами процессов, характеризующих современный рынок рекламы и PR и его перспективы;
- определить место, роль и специфику российской рекламы и PR в мировом пространстве;
- достичь понимания студентами необходимости исследования основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения в 1 семестре.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- место, роль и специфику российской рекламы и PR в мировом пространстве, особенности современного потребителя;

УМЕТЬ:

- учитывать характеристики целевой аудитории для выбора средств рекламы, видов и форм рекламных и PR-коммуникаций, при создании текстов рекламы и PR;

ВЛАДЕТЬ:

- способностью учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью;
- навыками создания элементов рекламного сообщения.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая характеристика и предназначение рекламы. Мировой и отечественный рынок рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы. Рекламное сообщение: содержание, форма, структура. Выбор каналов распространения рекламы. Эффективность рекламы. Понятие рекламной кампании. Рекламные стратегии. PR как социальная коммуникация. Функциональные обязанности PR-менеджера. Основы ораторского мастерства. Формы подачи новостных материалов и организация PR-коммуникаций. Технологии PR. Корпоративный PR. Международные и региональные профессиональные организации в области связей с общественностью. Основные организационные структуры в СО. Законодательные и этические основы функционирования рекламы и PR.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з.е., 144 часа.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «История рекламы и PR»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: изучение истории и современных проблем рекламной и PR коммуникации, закономерностей становления и развития видов и форм рекламной и PR-деятельности в России и за рубежом, применение на практике полученных знаний и умений.

Задачи:

изучение основных этапов развития рекламной и PR-коммуникации в России и за рубежом, жанровых особенностей рекламных текстов, основных предпосылок к развитию конкретных рекламных и PR-форм;

определение места, роли и специфики российских рекламы и PR на различных этапах развития общества; формирование навыков анализа и правильной интерпретации происходящих изменений в сфере рекламы и PR.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «История рекламы и PR» относится к обязательной части ОПОП. Входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения во 2 семестре.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра по рекламе и связям с общественностью «Основы рекламы и PR», «Основы теории коммуникации».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: систему общественных и государственных институтов;

Уметь: реализовать принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах;

Владеть: способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

История рекламы. Исторические вехи развития рекламы. Зарождение и развитие рекламы в России. Реклама в античности и в эпоху Средневековья. Западноевропейская и североамериканская реклама XIX-XX вв. Виды устного рекламирования в отечественной рекламе XVIII-XIX вв. Становление изобразительных рекламных форм в дореволюционной России. Специфика рекламы в первых печатных изданиях. Газетная и журнальная реклама первой половины XIX века. Исторические особенности отечественной рекламы рубежа XIX-XX вв. Особенности рекламы XX в. Особенности газетно-журнальной рекламы периода «перестройки». Современные тенденции в рекламном процессе.

История PR. Основные этапы развития PR. Развитие PR в России. Ранние формы и методы PR. Зарождение и развитие PR в США. Становление и развитие PR в Европе. Особенности национального PR в разных странах. Развитие региональных CO. PR в современном медийном пространстве.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з. е., 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Теория и практика рекламы»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: изучение студентами основ рекламной деятельности в условиях современной российской действительности, социокультурных и социальноэкономических аспектов рекламы, изучение и овладение основными понятиями, содержанием явлений, законами, теориями, а также методами и приемами рекламы и рекламной работы, выработка базовых навыков и умений принятия решений в процессе подготовки и реализации рекламных кампаний.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- рассмотрение понятия рекламы, ее функций, разновидностей, средств, роли и значения рекламы в развитии современного общества;
- изучение общих принципов построения коммуникационной кампании организации;
- изучение основ выбора методов и средств осуществления рекламной кампании;
- формирование навыков организации рекламной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения в 3 семестре.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра по рекламе и связям с общественностью «Основы рекламы и PR», «Основы теории коммуникации».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы, в рамках традиционных и современных средств рекламы (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/02.6 11.013 Графический дизайнер В/02.6)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные отличительные особенности медиатекстов, основные требования к рекламному продукту;

Уметь: осуществлять подготовку текстов, подготовить рекламный продукт к выпуску;

Владеть: приемами создания текстов рекламы, способностью создавать рекламный продукт.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Роль рекламы в современном обществе. Основные этапы развития рекламы в России и за рубежом.

Государственное регулирование и саморегулирование рекламной отрасли.

Реклама в системе маркетинга. Маркетинговые исследования в рекламе.

Классификация рекламы. Коммерческая и некоммерческая реклама рекламной деятельности.

Социально-психологические основы рекламы.

Средства распространения рекламы

Организация рекламной деятельности

Планирование и проведение рекламной кампании.

Оценка эффективности рекламной деятельности.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 5 з.е., 180 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины:

- Формирование у обучающихся представления о современных подходах к исследованию медиакоммуникаций;
- Выявление значимости междисциплинарных знаний в области медиаисследований;
- Выработка навыков анализа процессов, происходящих в сфере медиа;
- Формирование у студентов представлений о реальных процессах организации информации в печати, на телевидении, радиовещании, в других СМИ, о ее распределении между ними.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- Сформировать общие представления об истоках и структуре современных медиакommunikаций.
- Познакомить студентов с терминологией, теорией и практикой медиакommunikаций;
- Сформировать у студентов представление о системных закономерностях, характеризующих сферу медиакommunikаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения во 2, 3 семестрах.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра по рекламе и связям с общественностью «Основы рекламы и PR», «Основы теории коммуникации».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

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

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- специфику этапов развития общественных и государственных институтов, а также тенденции развития сферы медиакommunikаций;
- практические обоснования применения знаний о развитии общественных и государственных институтов при создании медиапродуктов;
- специфику технологий подготовки медиапродуктов с учетом социокультурных различий между разными аудиторными группами;
- практические основы применения технологий подготовки медиапродуктов с учетом социокультурных различий между разными аудиторными группами;
- особенности соблюдения принципов социальной ответственности, эффекты и последствия профессиональной деятельности;
- методы создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Уметь:

- определять систему принципов объективности при создании медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов;
- определять социокультурные различия между разными аудиторными группами;

определять методы отбора информации, профессиональных средств и приемов с учетом принципов социальной ответственности;

- определять наиболее эффективные методы создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Владеть:

- навыками самостоятельного анализа проблем взаимодействия общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах;

- практическими навыками анализа потребностей аудитории, социокультурных различий между разными аудиторными группами в процессе подготовки медиапродуктов;

- практическими навыками применения принципов социальной ответственности и этических нормам, принятыми профессиональным сообществом;

- практическими навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Коммуникация как особый предмет изучения.

Тема 2. Системный подход к коммуникации.

Тема 3. Личность коммуникатора.

Тема 4. Семиотическая теория коммуникации.

Тема 5. Коммуникация и медиакоммуникация.

Тема 6. Становление науки о медиакоммуникациях.

Тема 7. Процесс медиакоммуникации: исследование и совершенствование.

Тема 8. Медиакоммуникация и коммуникативные барьеры.

Тема 9. Медиасистема: основные признаки и элементы.

Тема 10. Массмедиа как социальный институт.

Тема 11. Медиакоммуникации. Регулирование процессов коммуникации как управленческая функция.

Контроль сформированности компетенций

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 7 з.е., 252 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у студентов систематизированных, теоретически и эмпирически обоснованных представлений об историческом становлении связей с общественностью, их экономических, политических, культурных, эстетических, социально- психологических предпосылках. В ходе изучения дисциплины студенты

должны получить системные профессиональные знания о и связях с общественностью как исторически развивающихся областях социальной коммуникации, тесно взаимосвязанной с другими составляющими исторического развития определенного социума, знать принципы и инструменты связей с общественностью, изучить вклад виднейших деятелей в сфере связей с общественностью.

Задачи:

1. овладение понятийным аппаратом в рамках теории связей с общественностью;
2. приобретение практических навыков разработки проектов по связям с общественностью.
3. формирование развернутого представления о методах и способах коммуникационной деятельности с общественностью;
4. закрепление знаний о регулировании и саморегулировании отношений с различными общественными структурами, социальными группами;
5. изучение организационных основ связей с общественностью, а также стратегии и тактике использования средств массовой информации в формировании общественного мнения;
6. привитие необходимых исследовательских навыков и формирование умений в проведении ПР-мероприятий и составлении ПР-документов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения во 2, 3, 4 семестрах.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра по рекламе и связям с общественностью «Психология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика рекламы», «Основы брендинга».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6
11.013 Графический дизайнер В/02.6).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

основные отличительные особенности медиатекстов;
основные типы рекламных текстов;

основной функционал менеджера;

Уметь:

выявлять отличительные особенности медиатекстов;

осуществлять подготовку текстов;

определять форматы информационных поводов;

планировать мероприятия;

Владеть:

приемами создания текстов рекламы;

способностью создавать сценарии;

нормами организации внутренних коммуникаций.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Роль СО в современном обществе.

Современный специалист в СО.

Целевые/ключевые аудитории в СО.

Основные организационные структуры в СО.

Каналы выхода на различные аудитории общественности.

Регулирование деятельности в сфере СО.

Этика и профессиональные стандарты в СО.

Объединения специалистов и профессиональные издания в СО.

Исследование, планирование и программирование - основа эффективных PR-технологий.

Информационно-коммуникационные PR-технологии.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 8 з.е., 288 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Создание медийного текста»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

- сформировать у студентов представление о медиатексте как объекте многоаспектного характера, требующего осмысления в коммуникативном и лингвистическом аспектах, познакомить с типологией медиатекстов и их компонентов.

Задачи:

- охарактеризовать специфику СМИ как сферы функционирования медиатекста;
- охарактеризовать сущность текста и медиатекста как его типа в сфере массовой коммуникации;
- охарактеризовать основные единицы, категории медиатекста и механизмы его образования (построения) в сравнении с текстом других сфер;
- рассмотреть вопрос об информативности и информационной насыщенности медиатекста;

- представить типы и разновидности, жанры медиатекста;
- осветить вопрос креолизации текста.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения в 4 семестре. Для изучения дисциплины необходимы знания, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплины ОПОП подготовки бакалавра «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

особенности деловой коммуникации в устной и письменной формах;
современную жанровую и стилевую специфику различного рода медиатекстов;

УМЕТЬ:

- осуществлять подготовку текстов в устноречевой и письменноречевой формах на русском языке;
- учитывать жанровую и стилевую специфику при создании медиатекстов;

ВЛАДЕТЬ: способностью осуществлять деловые коммуникации в устной и письменной формах на русском языке;

навыками создания медиатекстов с учетом жанровой и стилевой специфики в соответствии с нормами русского языка

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Медиатекст в функционально-прагматическом аспекте.
2. Медиатекст в коммуникативном аспекте.
3. Медиатекст в коммуникативно-прагматическом аспекте.
4. Медиатекст и закономерности текстообразования.
5. Медиатекст печатных СМИ.
6. Информационная насыщенность медиатекста.
7. Специфика web-медиатекста.
8. Жанровая и прагматическая специфика телевизионного и радиотекстов.
9. Особенности рекламного дискурса.
10. Рекламный текст: семиотика, прагматика, структура.
11. PR-публикации в системе медиатекстов.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

учебной дисциплины
«Интегрированные коммуникации»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование теоретических знаний и практических навыков в области коммуникативных технологий, включающих рекламу и связи с общественностью и направленных на выработку и внедрение эффективных решений по продвижению компании.

Задачи:

1. рассмотрение координации многочисленных каналов маркетинговых коммуникаций (рекламы, PR, стимулирования сбыта, прямого маркетинга, личных продаж) и методов их интеграции в комплекс продвижения;
2. изучение теории и практики интегрированных коммуникаций как умения позиционировать компанию, разрабатывать стратегию и тактику коммуникаций, оценивать их коммуникативную и экономическую эффективность;
3. раскрытие специфики рекламы и публичных отношений как инструментов ИМК: цели, задачи, функции, виды.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Интегрированные коммуникации» относится к обязательной части ОПОП. Входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения в 4, 5 семестрах.

Преподавание «Интегрированных коммуникаций» опирается на базовое знание студентами психологии, социологии, культуры речи.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра по рекламе и связям с общественностью, «Основы рекламы и PR», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникации».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6

11.013 Графический дизайнер В/02.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью;
- принципы координации каналов маркетинговых коммуникаций;

Уметь:

- разрабатывать стратегию и тактику интегрированных коммуникаций;
- создавать рекламные и PR-тексты для различных коммуникационных сообщений;

Владеть:

- методами интеграции средств маркетинговых коммуникаций в комплексе продвижения, практическими навыками организации внутренних коммуникаций по формированию корпоративной идентичности.
- навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом типа коммуникации и структурных особенностей сообщения.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Коммуникация как процесс. Теоретические основы и модели изучения коммуникации. Характеристика источников социальной информации. Информационное пространство и медиарынок в коммуникационной среде. Реклама и связи с общественностью в коммуникационной среде. Понятие интегрированных коммуникаций. Средства массовой коммуникации в рекламе и ПР. Реклама и ПР в системе маркетинговых коммуникаций. Бренд как средство коммуникации. Содержательные компоненты имиджа и репутации организации. Рекламные идентификаторы товара. ATL-BTL реклама. Участники рынка рекламы и связей с общественностью. Процесс разработки и производства информационных материалов по рекламе и связям с общественностью. Технологии рекламного творчества. Разработка и проведение рекламной и ПР-кампании. Маркетинговые и рекламные стратегии. Технология имиджмейкинга организации: позиционирование компании на рынке.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 8 з.е., 288 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Современная пресс-служба»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: изучение истории и современных проблем пресс-службы, методов и приемов связи пресс-службы со СМИ, различных видов и уровней коммуникации с учетом функционирования пресс-службы в государственных, общественных, коммерческих структурах и некоммерческих организациях.

Задачи:

- формирование основ знаний деятельности современной пресс-службы и развитие умений их практического использования в самостоятельной работе;
- развитие умений идентифицировать проблемы коммуникации в отдельных сферах – государственной, политической, банковской, коммерческой и некоммерческой - и решать их на основе знаний факторов и процессов функционирования пресс-служб в указанных структурах;
- развитие навыков создания различных жанров информационного пакета, организации пресс-конференций с учетом критериев эффективности коммуникационных процессов и особенностей взаимоотношений со СМИ.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения дисциплиной в 7 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Основы рекламы и PR», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- принципы создания рабочих PR-текстов сотрудником пресс-службы;
- принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью для СМИ;
- основные направления деятельности пресс-службы;

Уметь:

осуществлять сбор и анализ информации профессионального характера; создавать рекламные и PR-тексты для различных коммуникационных сообщений;

- создавать коммуникационные продукты с учетом специфики каналов коммуникации, опираясь на инфоповод;

Владеть:

- навыками сбора и анализа информации профессионального характера с применением информационно-коммуникационных технологий;
- навыками создания текстов связей с общественностью с учетом различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка;
- технологиями создания мероприятий для PR-кампании в СМИ.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая характеристика современных российских государственных пресс-служб

Основные задачи и функции пресс-службы. Пресс-службы, пресс-центры и различные их модификации. Творческая группа пресс-службы. Техническое оснащение пресс-службы. Этические аспекты работы современных пресс-служб.

Коммуникация и средства массовой информации

Информационная работа государственных учреждений со СМИ и общественностью, организация публичных акций, налаживание двусторонней активной связи «организация - население».

Формы и методы работы пресс-службы со средствами массовой информации, общественностью и политическими организациями.

Основные методы обращения к СМИ. Устные контакты: телефонные переговоры, встречи, интервью. Публикация материалов информационного пакета: байлайнер, биография, брошюра, буклет, бэкграундер, годовой отчет, заявление для СМИ, имиджевая статья, информационное письмо, информационный бюллетень, кейс-история, коммюнике, комментарий, пресс-кит, пресс-релиз, обращение, опровержение, экспресс-обзоры и др. Организация пресс-конференций.

Пресс-служба в государственных и общественных структурах

Основные задачи пресс-службы в органах государственного управления. Пресс-службы федеральных органов власти. Пресс-служба администрации Президента РФ. Пресс-служба Государственной Думы РФ. Пресс-служба Правительства РФ. Пресс-службы региональных и местных органов власти. Пресс-центр Администрации города. Пресс-служба городского района. Пресс-служба политической партии.

Пресс-служба в коммерческих структурах

Основные составляющие коммуникационной системы в коммерческих структурах. Программа PR для фирмы. Пресс-служба в корпорации. Корпоративный PR как особая управленческая функция. Имидж и репутация. Пресс-служба в коммерческом банке. Пресс-служба как инструмент внешних и внутренних банковских коммуникаций. Повышение эффективности работы пресс-служб.

Функции пресс-секретаря

Практика организации и проведения аккредитации журналистов

Основные направления работы ДИП МИД РФ.

Современная практика работы пресс-службы российского загранпредставительства.

Влияние глобализации на массовую информацию. Становление и развитие информационного общества в России.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 5 з.е., 180 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов систематизированного комплекса профессиональных базовых знаний в области управления проектами в рекламе и связях с общественностью.

Задачи:

- изучить базовые понятия теории управления проектами;
- ознакомить студентов с многообразием целей и структур рекламных и PR-проектов;
- сформировать навыки разработки проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;
- рассмотреть способы оценки эффективности рекламных и PR-проектов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Общепрофессиональная подготовка», является обязательной для освоения в 7 семестре. Изложение материалов курса основано на знаниях, полученных студентами по дисциплинам «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6

11.013 Графический дизайнер В/02.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- специфику технологий подготовки медиапродуктов с учетом социокультурных различий между разными аудиторными группами;
- методы создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- основы линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью

Уметь:

- определять социокультурные различия между разными аудиторными группами;
- определять наиболее эффективные методы создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- использовать алгоритмы создания информационного повода для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, осваивать в процессе творческого поиска имеющийся мировой и отечественный опыт профессиональной деятельности;

Владеть:

- практическими навыками анализа потребностей аудитории, социокультурных различий между разными аудиторными группами в процессе подготовки медиапродуктов;
- практическими навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- практическими навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основы управления проектами в сфере рекламы и связей с общественностью.

Тема 2. Рекламные и PR-проекты как элементы социокультурного пространства.

Тема 3. Сходства и различия рекламных и PR-проектов. Анализ этапов.

Тема 4. Технология проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Тема 5. Взаимодействие со СМИ в рамках управления рекламными и PR-проектами.

Тема 6. Комплекс документов как важный элемент рекламных и PR-проектов.

Тема 7. Специфика формирования бюджета проекта.

Тема 8. Оценка проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 5 з. е., 180 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является изучение нормативно-правовых основ профессиональной деятельности в рекламно-информационной сфере.

Задачи дисциплины:

- Рассмотреть базовые принципы, категории и понятия права;
- Сформировать представление об использовании правовых норм и принципов в сфере профессионального взаимодействия;
- Изучить особенности создания медиапродуктов с учетом правовых норм;
- Проанализировать нормативно-правовую базу, регулирующую рекламную и PR-деятельность.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Регламентирование рекламно-информационной деятельности». Курс является обязательным для освоения в 5 семестре. Учебная дисциплина связана с дисциплинами: «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Основы теории коммуникации».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: теоретические основы организации деятельности и представления её результатов с учетом юридических норм;
специфику использования правовых норм, предъявляемых к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
особенности правовых нормы для оценки результатов решения задач.

основы функционирования медиасистемы, а также политические, экономические факторов, правовые и этические нормы, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на различных уровнях.

особенности воздействия политических, экономических факторов, правовых и этических норм и коммуникационных процессов на функционирование конкретной медиакоммуникационной системы.

Уметь: определять на основе анализа имеющихся ресурсов круг задач проекта в соответствии с его целью;

пользоваться алгоритмами проверки и анализа профессиональной и нормативной документации;

самостоятельно выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности;

самостоятельно определять основы развития медиакоммуникационных систем на разных уровнях, выявляя их зависимость от политических, экономических факторов, правовых и этических норм;

Владеть: практическими навыками публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности;

практическими навыками осуществления профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Предмет и принципы правового регулирования рекламно-информационной деятельности.

Тема 2. Правовое обеспечение рекламы. ФЗ РФ «О рекламе» как основной регулятор рекламно-информационной деятельности в России.

Тема 3. Значение Гражданского кодекса РФ в правовом регулировании рекламы и связей с общественностью.

Тема 4. Участники рекламной деятельности и их правовое положение.

Тема 5. Правовая защита конкуренции в России.

Тема 6. Взаимодействие со СМИ в рамках рекламной и PR-деятельности.

Тема 7. Правовое регулирование средств индивидуализации.

Тема 8. Саморегулирование в сфере рекламы и PR.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з. е., 144 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является изучение основ этики профессиональной деятельности в рекламно-информационной сфере.

Задачи:

- Рассмотреть базовые принципы, категории и понятия этики и морали, содержание деловой и профессиональной этики;

- Сформировать представление об использовании этических норм и принципов в сфере профессионального взаимодействия;
- Изучить особенности создания медиапродуктов с учетом норм этики;
- Проанализировать российские и международные профессиональные кодексы, регулирующие рекламную и PR-деятельность.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Регламентирование рекламно-информационной деятельности», является обязательной для освоения в 7 семестре. Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента не предусматриваются. Учебная дисциплина связана с дисциплинами: «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Основы теории коммуникации», «Управление общественным мнением».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- специфику использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; особенности условий, стратегий и принципов командной работы, а также основы организации рабочего коллектива;
- особенности воздействия политических, экономических факторов, правовых и этических норм и коммуникационных процессов на функционирование конкретной медиакоммуникационной системы;
- особенности соблюдения принципов социальной ответственности, эффекты и последствия профессиональной деятельности;

УМЕТЬ:

- пользоваться алгоритмами разработки командной стратегии, технологиями управления человеческими ресурсами;
- самостоятельно определять основы развития медиакоммуникационных систем на разных уровнях, выявляя их зависимость от политических, экономических факторов, правовых и этических норм;
- применять методы отбора информации, профессиональных средств и приемов с учетом принципов социальной ответственности;

ВЛАДЕТЬ:

- практическими навыками разработки командной стратегии и управления командной работой, а также планирования последовательной работы для достижения заданного результата;
- практическими навыками осуществления профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
- практическими навыками применения принципов социальной ответственности и этических нормам, принятыми профессиональным сообществом.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Этика как наука, социальный институт и форма личностного самосознания. Структура этики как науки. Задачи и функции этики. Предмет этики.

Тема 2. Этические учения о соотношении сущего и должного. Античная, средневековая и этика Нового времени. Современная этика. История русской этики.

Тема 3. Культурное измерение морали: ее место в системе ценностей общества. Индивидуальное измерение морали: добродетели и пороки. Моральный выбор и ответственность личности. Соотношение целей и ценностей.

Тема 4. Основные категории этики. Добро и зло. Долг и совесть. Честь и достоинство. Страдание и сострадание.

Тема 5. Прикладная этика. Экологическая, биоэтика и социальная этика. Социальная ответственность и социальная справедливость.

Тема 6. Профессиональная этика в области рекламы и связей с общественностью.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з. е., 72 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Управление общественным мнением»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются:

- ознакомление с основными технологиями организации эффективного взаимодействия коммерческих структур и общественных организаций с государственными органами;
- освоение методов разработки стратегий и планирования лоббистских кампаний;
- получение представления об основных принципах формирования групп интересов.

Задачи дисциплины:

- изучить основы функционирования лоббирования;
- выявить базовые аспекты взаимодействия органов государственной власти и групп интересов в демократических политических системах;
- выработать умение формировать выигрывающие коалиции на базе общих интересов и ценностей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Регламентирование рекламно-информационной деятельности», является обязательной для освоения в 7 семестре. Учебная дисциплина связана с другими дисциплинами учебного плана: «Основы рекламы и PR», «Основы теории коммуникации», «Консалтинг в сфере рекламы и PR».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику этапов развития общественных и государственных институтов, а также тенденции развития сферы медиакоммуникаций; специфику технологий подготовки медиапродуктов с учетом социокультурных различий между разными аудиторными группами.

Уметь: определять систему принципов объективности при создании медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов; определять социокультурные различия между разными аудиторными группами.

Владеть: навыками самостоятельного анализа проблем взаимодействия общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах; практическими навыками анализа потребностей аудитории, социокультурных различий между разными аудиторными группами в процессе подготовки медиапродуктов.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. PR в политической сфере: особенности деятельности.

Тема 2. Группы интересов в политической системе.

Тема 3. Особенности и принципы корпоративизма и неокорпоративизма.

Тема 4. Формирование и институционализация лоббизма как отрасли деятельности.

Тема 5. Законодательный процесс и лоббизм в современной России.

Тема 6. Особенности взаимодействия власти и бизнеса.

Тема 7. Проблема коррупции. Способы противодействия.

Тема 8. GR как направление связей с общественностью.

Тема 9. Этические проблемы в GR и лоббизме.

Тема 10. Финансирование СМИ и предвыборных кампаний как средство воздействия на органы государственной власти

Тема 11. Функционирование лоббизма в ЕС.

Тема 12. США как центр лоббистской деятельности.

Тема 13. Законодательное регулирование и практика лоббистской деятельности в России.

Тема 14. Лоббизм в структуре российского политического консультирования.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 3 з. е., 108 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Консалтинг в сфере рекламы и PR»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются:

- изучение специфики и актуальных проблем консультирования в связях с общественностью, журналистике и рекламе, а также классификации консалтинговых услуг, стадий консалтингового процесса, этапов консалтингового проекта, методов работы консультанта, мониторинга процесса консультирования и оценки результатов консалтинговых услуг;

- приобретение студентами навыков диагностирования проблемных аспектов, выработки путей их разрешения, разработки и содействию внедрения конкретных решений в области рекламы, журналистики и PR.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть базовые принципы, категории и понятия сферы консалтинга, области его применения и основных направлениях, содержание и формы консультирования в рекламе, журналистике и в связях с общественностью;
- сформировать представление об истории становления, современном состоянии и перспективах развития консалтинга в общемировом пространстве;
- выявить специфику развития данной дисциплины в современных российских условиях;
- изучить этапы разработки и внедрения консалтинговых проектов;
- сформировать целостное представление о возможностях и ресурсах консалтинга, а также современных методах работы консультантов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Дисциплина входит в модуль «Регламентирование рекламно-информационной деятельности», является обязательной для освоения в 8 семестре. Учебная дисциплина связана с другими дисциплинами учебного плана: «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Основы теории коммуникации», «Управление общественным мнением».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику технологий подготовки медиапродуктов с учетом социокультурных различий между разными аудиторными группами; особенности соблюдения принципов социальной ответственности, эффекты и последствия профессиональной деятельности.

Уметь: определять социокультурные различия между разными аудиторными группами; определять методы отбора информации, профессиональных средств и приемов с учетом принципов социальной ответственности.

Владеть: практическими навыками анализа потребностей аудитории, социокультурных различий между разными аудиторными группами в процессе подготовки медиапродуктов; практическими навыками применения принципов социальной ответственности и этических нормам, принятыми профессиональным сообществом.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности.
2. Место консалтинга в системе массовых коммуникаций.
3. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью.

4. Стратегия и тактика профессионального консультирования в рекламе, журналистике и PR.
5. Технология PR-консультирования.
6. Консалтинг в сфере культуры и арт-коммуникаций.
7. Имидж-консультирование: основные направления и техники.

Консультирование по вопросам формирования корпоративного имиджа.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з. е., 144 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

ЧАСТЬ ОПОП, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Технологии создания рекламного продукта»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: знакомство с принципами и приемами разработки рекламного продукта.

Задачи освоения дисциплины:

- познакомить с принципами разработки визуальных и вербальных элементов рекламы и PR;
- дать представление о критериях оценки эффективности креативных решений и сформировать навыки по их применению;
- дать представление об основных технологических процессах в процессе разработки различных рекламных продуктов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является обязательной для освоения дисциплиной в 4 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Основы рекламы и PR», «Теория и практика рекламы».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы, в рамках традиционных и современных средств рекламы (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/02.6

11.013 Графический дизайнер В/02.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- аспекты производства различных рекламных продуктов;
- этапы создания продукта на основе полученной информации;

Уметь:

- разрабатывать рекламные проекты для продвижения товаров и услуг;
- разрабатывать рекламные продукты для осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;
- собирать необходимую в целях создания продукта информацию;

Владеть:

- навыками разработки рекламных продуктов;
- навыками систематизации полученной информации.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Этапы проектирования визуальной рекламы. Композиция и цвет в дизайне рекламы. Основные художественные средства визуальной рекламы. Разработка рекламной идеи. Методы генерирования творческих идей. Интралингвистические особенности и стилистика рекламного текста. Приемы речевого воздействия в рекламе. Разработка брифа. Реклама как область графического дизайна.

Особенности разработки и производства рекламного продукта для основных медиаканалов. Обработка текстовой информации и основы типографики. Технология производства полиграфической и печатной продукции. Технология производства телевизионной рекламы. Технология производства анимационной и интернет-рекламы. Технология производства радиорекламы.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 3 з.е., 108 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Технологии разработки и проведения коммуникационных кампаний»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются:

- изучение роли и места интегрированных коммуникаций в деятельности компании или организации, в особенности в реализации ее бизнес задач;
- формирование понимания логики и этапов подготовки интегрированной коммуникационной компании;
- обучение основным знаниям и навыкам подготовки, планирования, реализации и оценки коммуникационных кампаний в коммерческой и некоммерческой сферах.

Задачи дисциплины:

- изучить базовые понятия по вопросам интегрированных коммуникаций и практическими навыками по планированию и реализации коммуникационных кампаний;
- выявить основные виды, составные элементы и специфику кампаний в сфере связей с общественностью;
- освоить инструментарий планирования (от стратегического до медиа) и реализации коммуникационной кампании;
- рассмотреть основные направления работы и раскрыть специфические проблемы в области планирования информационной среды и медиакоммуникаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является обязательной для освоения дисциплиной в 5, 6 семестрах.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Основы рекламы и PR».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6

11.013 Графический дизайнер В/02.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику методов критического анализа и оценки современных научных достижений; основы работы линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;

основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

Уметь: определять источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению;

сопоставлять различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи;

самостоятельно анализировать задачу, выделяя этапы её решения, действия по решению задачи;

применять для получения новых знаний методы анализа, синтеза и других методов;

использовать алгоритмы, необходимые для тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;

использовать алгоритмы, необходимые для организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

Владеть: алгоритмами исследования проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности;

практическими навыками выявления научных проблем, использования адекватных методов для их решения;

основами применения оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций;

практическими навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;

практическими навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Коммуникация, коммуникационная кампания: основные понятия и положения.

Тема 2. Особенности формирования корпоративного имиджа.

Тема 3. Основы разработки коммуникационной кампании.

Тема 4. Исследование эффективности коммуникационной политики компании.

Тема 5. Рынок СМИ и рынок медиа.

Тема 6. Медиапланирование: стратегическое и тактическое, базовые инструменты.

Тема 7. Специфика рекламных и PR-мероприятий.

Тема 8. Реализация PR-проектов в рамках коммуникационной деятельности компании.

Тема 9. Информационное сопровождение коммуникационной кампании.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 6 з.е., 216 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

**Аннотация рабочей программы
учебной дисциплины «BTL-технологии в индустрии массмедиа»**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: сформировать у студента понимание процессов планирования и проведения BTL-кампаний.

Задачи дисциплины:

- познакомиться с особенностями организации BTL-коммуникации; научиться проводить исследование в рамках BTL-коммуникации; приобрести навыки разработки ее стратегии и тактики BTL-коммуникации, анализа ее эффективности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является обязательной для освоения дисциплиной в 6 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Теория и практика медиакоммуникаций», «Технологии создания рекламного продукта».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6 11.013 Графический дизайнер В/02.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

основные типы рекламных текстов;

-правила и приемы управления BTL-технологиями;

-основные инструменты BTL;

уметь:

- разрабатывать оптимальную BTL -программу, используя при этом различные инструменты BTL;

определять форматы информационных поводов;

- подготовить специальные мероприятия и провести их.

владеть:

нормами организации внутренних коммуникаций;

-инструментами BTL;

-способами оценки эффективности BTL -мероприятий;

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

BTL-технологии: предпосылки развития, характеристика.

Рынок BTL-технологий и правовое регулирование деятельности BTL-агентств.

Инструменты BTL. Основные характеристики, особенности использования.

Возможности интеграции инструментов.

Стимулирование сбыта как BTL-инструмент.

Прямой маркетинг и особенности его организации.

Трейд-маркетинг.

Партизанский маркетинг: особенности определения и специфика инструмента.

Событийный маркетинг.

Оценка эффективности BTL-коммуникации.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з.е., 144 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Копирайтинг»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Обучение практическим навыкам составления и анализа рекламных текстов и текстов PR-сообщения.

Задачи освоения дисциплины:

- познакомить студентов с особенностями структуры рекламного текста и текстов PR-документов; особенностями функционирования языковых единиц в рамках рекламной и PR-коммуникации;
- научить студентов создавать устные и письменные тексты; применять лингвистические знания в профессиональной деятельности; использовать теоретические знания для решения практических задач.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является обязательной для освоения дисциплиной в 6 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Основы рекламы и PR», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью;

Уметь:

- составлять и оформлять PR-документы и рекламные тексты различных жанров;

Владеть:

- системой языка, грамматическими, лексическими, стилистическими и другими нормами устной и письменной речи; аргументированной устной и письменной речью;
- навыками подготовки рекламных и PR-текстов различных жанров;
- навыками работы с рекламными и PR-текстами.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Разработка содержания текста.

Основные характеристики товара, потребителя и рынка. Ключевые и предоставляемые потребителю товаром (услугой) выгоды, их формулирование в виде уникального торгового предложения. Выбор основной идеи.

Создание рекламного текста и PR-сообщений

Рекламное обращение: содержание, форма, структура. Факторы, определяющие содержание рекламного сообщения: цели воздействия, характер воздействия, мотивы потребителя.

Создание заголовка, основного текста и коды. Использование в заголовке указания на товарную категорию, целевую аудиторию, название товара, место производства товара, объекта применения товара. Приемы создания коды: указание на акцентирование времени, использование прямого и косвенного побуждения.

Литературное редактирование текста. Фонетические особенности. Лексический состав: роль конкретных и абстрактных слов, использование общеупотребительной и специализированной лексики, неологизмы и устаревшие слова. Синтаксические основы рекламного текста: простые и сложные предложения.

Особенности языка и стиля. Художественно-изобразительные средства. Тропы (сравнение, метафора, оксюморон, гипербола, литота и др.) и фигуры (анафора, эпифора, градация и др.) в рекламном тексте.

Составление рекламных текстов. Разработка стратегии обращения. Текстовая основа, выделительные элементы рекламного текста. Разработка основной идеи. Влияние цвета на восприятие рекламы. Разработка рекламных текстов, предназначенных для определенных категорий потребителей.

Особенности рекламных текстов и PR-сообщений.

Особенности рекламных текстов в предлагающей, поощряющей, имиджевой, опровергающей, сравнительной, трансформирующей рекламе.

Требования к рекламным текстам в прессе. Специфика оформления различных видов модульных объявлений (традиционного, редакционного, купонного). Тексты для радиорекламы, последовательность подачи материала. Эффективные тексты в телерекламе. Сложность и длина текста в статичной и динамичной наружной рекламе.

Отражение специфики рекламируемых товаров или услуг в содержании рекламного текста. Основные мотивы, характеристики, ключевые слова, стилевые решения в финансовой, страховой, автомобильной, промышленной и др. рекламе.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з.е., 144 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Семиотика рекламы, связей с общественностью»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов представления о семиотике, являющейся фундаментальной базой для изучения всех аспектов рекламных сообщений и PR-текстов.

Задачи освоения дисциплины:

- изучить основные понятия семиотики и семантики;
- научить студентов анализировать рекламные и PR сообщения, а также конструировать собственные с учетом изученных законов и правил.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является обязательной для освоения дисциплиной в 8 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Технологии разработки рекламного продукта», «Теория и практика рекламы», «Копирайтинг».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: измерения текста как семиотической категории; основные технологии составления рекламных и PR-текстов с учетом их знаковой структуры;

Уметь: разрабатывать рекламные и PR-сообщения; анализировать рекламные и PR-тексты.

Владеть: категориальным аппаратом семиотики; навыками семиотического анализа текста.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Понятие семиотики. Понятие, свойства и типы знака. Основные характеристики знака. Основные аспекты и свойства знака. Семиотическая триада Ч. Пирса. Денотат. Коннотат. Треугольник Фреге (денотат-имя-смысл). Классификация знаков (по Ч. Пирсу). Иконы. Индексы. Символы. Схема для индексального и иконического знаков.

Семиотика коммуникационной среды. Понятие кода. Процесс восприятия текста. Коммуникативные фазы восприятия текста (предкоммуникативная, коммуникативная, посткоммуникативная).

Текст как семиотическая категория. Семиотическое понятие текста. Определение текста (по Ю. Лотману). Признаки текста (по Э. Бенвенисту).

Измерения семиотического текста (по Ф. де Соссюру). Определения бинарных отношений в тексте. Семантика. Синтактика. Содержательность синтаксических систем (по Л. Щербе). Прагматика. Соотношения синтаксических и семантических измерений текста.

Семиотические модели коммуникации.

Комплексный семиотический анализ сообщения в рекламе и связях с общественностью. Денотативный и коннотативный характеры языкового сообщения в рекламе и связях с общественностью. Структурная схема рекламного сообщения.

Сообщение в рекламе и связях с общественностью как креолизованный текст. Семиотические аспекты создания текста. Понятие гиперболы и мейозиса. Роль гиперболы и мейозиса в текстах рекламы и связей с общественностью. Понятия метонимии, метафоры и иронии. Способы и приемы написания текста в рекламе и связях с общественностью. Роль графических составляющих в тексте в

рекламе и связях с общественностью. Значение шрифта в тексте. Использование рамок в тексте.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е., 72 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель освоения дисциплины: изучение методов и технологий рекламы и связей с общественностью в некоммерческих организациях, возможностей и особенностей работы PR-специалиста в их структуре.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- овладение знаниями о специфике деятельности и ресурсах некоммерческой организации;
- углубление представлений о механизмах формирования общественного мнения, использования рекламного и PR-инструментария при разработке и проведении социально ориентированных PR-мероприятий, позволяющих управлять имиджем и репутацией некоммерческой организации;
- понимание специфики поиска организаций-доноров и овладения навыками подготовки спонсорского пакета;
- формирование навыков проведения фандрайзинговых кампаний.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является обязательной для освоения дисциплиной в 7 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Основы рекламы и PR», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- предназначение и содержание деятельности по рекламе и связям с общественностью и её значение в деятельности некоммерческих организаций;
- рекламный и PR-инструментарий при разработке и проведении социально ориентированных PR-мероприятий.

Уметь:

- создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру некоммерческой организации.

Владеть:

- базовыми навыками организации эффективной рекламной и PR-деятельности.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Сфера деятельности некоммерческих организаций. Различные организационно-правовые формы НКО.

Государственное финансирование системы социального обеспечения. Социальная активность: интересы государства, общества, бизнеса. Финансирование социальных проектов бизнесом: от благотворительности к социальному партнерству. Цель альянса НКО и бизнеса. НКО как собиратель ресурсов. НКО как реализатор социальных проектов.

История организации социальной деятельности в России. Культурно-психологические и социально-правовые аспекты.

Культурно-психологические и религиозные основы социальной деятельности в России. Особенности развития современного развития НКО.

Зарубежный опыт функционирования НКО.

Благотворительность и общественное мнение. Роль целевого капитала в развитии культурных и образовательных учреждений.

Планирование деятельности НКО Целевые группы коммуникации НКО и актуальные технологии коммуникации.

Совместные маркетинговые мероприятия коммерческих и некоммерческих организаций. Формы PR взаимодействия благотворительных фондов и коммерческих организаций. Благотворительная программа с учетом объема продаж, совместный выпуск информационных материалов и лицензирование.

Цели и задачи участия в проектах некоммерческих организаций. Задачи наращивания известности НКО как условия успешного фандрейзинга. Повышение актуальности социальной проблематики в обществе как задача коммуникации НКО. Интернет-технологии, блоги и социальные сети, как эффективные технологии социальной коммуникации. Продакт-плейсмент как инструмент изменения стереотипов и оценок деятельности НКО в России.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з.е., 144 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Технологии презентации рекламного продукта»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: получение теоретических знаний и практических умений и навыков в области презентации результатов своей деятельности, формирование навыков их применения.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение особенностей разработки проекта презентации;
- получение теоретических знаний и практических навыков в работе с программами, позволяющими создавать эффективные презентации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является обязательной для освоения дисциплиной в 8 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Технологии разработки рекламного продукта», «Теория и практика рекламы».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью для презентационных материалов;

Уметь:

- создавать презентационные материалы, опираясь на необходимую в целях проведения презентации информацию, на инфоповод;
- собирать необходимую в целях проведения презентации информацию;

Владеть:

- технологиями создания презентации, в т.ч. основами графического и вербального представления.
- навыками систематизации полученной информации по теме презентации.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Подготовка и проведение презентации. Презентация как эффективный способ осуществления рекламной деятельности. Виды презентаций. Разработка проекта презентации. Структура, логика и подача презентации. Создание электронных презентаций: правила оформления визуальной и вербальной части. Презентации в MS Power Point. Флеш-презентации. Оценка эффективности презентации.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 3 з.е., 108 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Медиаметрия и бизнес-планирование медийного рынка»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Сформировать системное представление о:

- ключевых теоретических концепциях и практических реалиях в сфере медиаметрии и медиапланирования,
- парадигмах творческой реализации знаний в научной и прикладной деятельности в сфере бизнес-планирования,

- возможностях взаимодействия специалистов медийного пространства в области теории и практики специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Задачи:

- предложить современную адекватную методологию изучения дисциплины,
- обозначить концептуальные направления изучения всех заявленных тем в перспективе их развития,
- обозначить различие в исторических векторах развития зарубежных и отечественных систем медиаметрии и возможности их взаимосвязей, взаимодействия и конвергенции в условиях глобализации дискурса,
- предложить современное понимание теоретических парадигм бизнес-планирования как нового типа и возможностей ее использования на практике,
- сформировать совокупность навыков анализа теоретических и эмпирических материалов для дальнейшего использования в научной и практической деятельности,
- выявить общее и специфическое в теории и практике коммуникативной деятельности специалиста медиа и по связям с общественностью,
- развить способности творческого использования полученных знаний в деятельности в сфере медиа, рекламы и связей с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является обязательной для освоения дисциплиной в 8 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Технологии разработки рекламного продукта», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

ПК-3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа;
- специфику основных маркетинговых инструментов;

Уметь:

- выбирать источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению; рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи; анализировать задачу, выделяя этапы её решения, действия по решению задачи; получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов;
- организовывать и выполнять маркетинговые исследования;

Владеть:

- исследованием проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной

деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.

- способностью осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в дисциплину

Измерение эффективности коммуникаций инструментами медиаметрии.

Бизнес-планирование и его роль в деятельности фирмы.

Глобальные и национальные перспективы медиаметрии обеспечения.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 6 з.е., 216 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Технические средства массмедиа и компьютерный дизайн»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

правильный сбор и обработка информации, а также знакомство и приобретение навыков в области поиска, подготовки и использования аудио- и видеоматериалов, их обработка в современных компьютерных программах, подготовка студентов к работе на высоком профессиональном уровне, сформировав у них навыки работы с использованием современных технических средств; систематизация технических знаний студентов; ознакомление с новой техникой печати, телевидения и радио; знакомство и приобретение навыков в области поиска, подготовки и использования аудио- и видеоматериалов, а также их обработка в современных компьютерных программах.

Задачи: дать студенту представление и первичные навыки в следующих областях (работа с диктофоном, запись и расшифровка информации; обработка видео- и звукозаписи в профессиональных программах, монтаж видеоряда и звуковой дорожки; корректирование в программе AdobePhotoshop).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является обязательной для освоения в 7 и 8 семестрах. Дисциплина представляет собой курс, систематизирующий знания о современной технике и технологиях в массмедиа, об истории их формирования и особенностях использования, систематизирует знания о компьютерном дизайне и особенностях его использования.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы, в рамках традиционных и современных средств рекламы (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/02.6 11.013 Графический дизайнер В/02.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- основные форматы хранения иллюстраций, текстовых документов;
- приемы использования технических средств для профессиональной деятельности (фото-, видеоаппаратуру, компьютер и оргтехнику);
- специфику применения технических средств в различных средствах массовой информации (печать, радио, телевидение, электронные СМИ, Интернет-СМИ),
- приемы использования технических средств для профессиональной деятельности (фото-, видеоаппаратуру, компьютер и оргтехнику).

УМЕТЬ:

- пользоваться техническими средствами и программами для подготовки и обработки рекламных материалов;
- уметь применять современные технические средства и технологии подготовки и обработки рекламных материалов на практике;
- ориентироваться в системе СМИ, понимать технические и технологические процессы их производства;
- находить, грамотно копировать и обрабатывать информацию из Интернета,
- осмысливать современных тенденций дизайна СМИ.

ВЛАДЕТЬ:

- терминологическим аппаратом, необходимым для описания особенностей работы рекламиста;
- навыками работы в условиях, предполагающих подготовку медиапродукта в разных знаковых системах и размещение информации на различных мультимедийных платформах.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Обзор современных технических средств рекламиста и ПР-специалиста

Раздел 2. Фотография как средство визуализации в рекламе и ПР

Раздел 3. Видеоконтент

Раздел 4. Основы композиции

Раздел 5. Новые технологии и новая экранная эстетика

Раздел 6. Телесуфлер

Раздел 7. Основы дизайна

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 6 з.е., 216 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

*Аннотация рабочей программы
учебной дисциплины «Фото-, видеореклама»*

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: приобретение навыков техники и технологии фотографии и видео для целей рекламы.

Задачи освоения дисциплины:

Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является дисциплиной по выбору для освоения в 5 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Теория и практика рекламы», «Технологии создания рекламного продукта».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы, в рамках традиционных и современных средств рекламы (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/02.6

11.013 Графический дизайнер В/02.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- Основы фотографии: физика получения фотоизображения, фототехника, технологии фотосъемки, композиция фотосъемки и др.;

–Принципы действия фототехники;

–Принципы использования освещения;

–Способы постановки объекта;

–Способы и приемы работы фотоаппарата;

–Принцип управления головками света;

–Способ передачи фото-, видеоизображения на компьютер;

–Принцип работы с фото-, видеоредакторами;

Уметь:

«Анализировать» и готовить модели для фотосъемки;

–Решать технические задачи в процессе фотографирования и съемки видео;

- Применять полученные знания для работы по собственному проекту;

Владеть:

навыками техники и технологии рекламной фотографии и рекламного видео, иметь опыт создания рекламных фотографий и видео.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы фотографии. Основы видео. Цифровая фототехника. Особенности и эффекты освещения при фотосъемке. Особенности съемки рекламного видео. Создание сценарного плана, раскадровка.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е., 72 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы
учебной дисциплины «Печатная (полиграфическая) реклама»**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Дать студентам основы теоретических знаний в области зрительного восприятия формы и пространства, цветоведения и композиции;

1. Изучить основы типографического дизайна;
2. Изучить современные средства визуальной рекламы
3. Получить практические навыки в работе с программами компьютерной графики, применяемыми в графическом дизайне.

Задачи освоения дисциплины:

1. Изучение композиционных основ компоновки различных видов визуальной графической рекламы;
2. Освоение методов компьютерных технологий в самостоятельном проектировании различных видов печатной рекламной продукции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является дисциплиной по выбору для освоения в 5 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Теория и практика рекламы», «Технологии создания рекламного продукта».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы, в рамках традиционных и современных средств рекламы (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/02.6

11.013 Графический дизайнер В/02.6).

Знать:

- Знать и уметь применять в практической работе основы типографического дизайна и методы создания эффективных публикаций; основные требования к рекламному продукту.

Уметь:

- подготовить рекламный продукт к выпуску.

Владеть:

- Освоить навыки макетирования и создания основных форм информационно-рекламных сообщений;
- способностью создавать рекламный продукт.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Графический дизайн: социокультурные основания и специфика.

Цвет в графическом дизайне. Функции цвета в рекламе.

Дизайн рекламы: проектный процесс

Дизайн-разработка графики печатной (полиграфической) рекламы.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы
учебной дисциплины «Реклама в Интернет-СМИ: продвижение
рекламного продукта в социальных сетях»**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: научиться использовать на практике возможности продвижения в социальных сетях для реализации конкретных проектов.

Задачи освоения дисциплины:

- Сформировать основные представления об эффективности SMM.
- Систематизировать теоретические знания и развить практические навыки работы с социальными сетями.
- На примере конкретных кейсов изучить опыт проведенных успешных SMM кампаний.
- Создание конкретного проекта (аудитория, контент, коммуникации и пр.), тема, цели, и задачи которого реализуются в ходе изучения курса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является дисциплиной по выбору для освоения в 6 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Технологии разработки рекламного продукта», «Теория и практика рекламы».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

ПК-3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные положения разработки рекламной и PR-кампании в социальных сетях;

- основные этапы разработки и продвижения проектов;

Уметь:

- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;

- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в области создания и продвижения проектов в социальных сетях;

Владеть:

- навыками проектирования в области рекламы и связей с общественностью фирмы в социальных сетях,

- навыками организации, обеспечения средств и методов по реализации проектов,

- методами реализации разработанных проектов.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основные термины и понятия в блогах и социальных сетях.
Ресурсы SMM.
Анализ успешных кампаний в интернете.
Инструментарий продвижения в социальных сетях.
Контент. Копирайтинг для социальных медиа.
Причины неудач продвижения проектов в сообществах. Спам. Работа с лидерами мнений (opinion leaders) и топ-блоггерами.
Вирусный маркетинг.
Скрытый маркетинг.
Мониторинг и реагирование.
Количественные показатели SMM.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 3 з.е., 108 ч.
Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Интернет-маркетинг»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины является комплексное изучение технологий маркетинга в Интернет-среде.

Задачи:

- 1) рассмотрение роли и места бренда в стратегии развития фирмы, анализ предпосылок успешности российских и мировых брендов;
- 2) изучение инструментария, критериев эффективности продвижения бренда В Интернет;
- 3) раскрытие специфики технологий Интернет-маркетинга в условиях современного рынка.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является дисциплиной по выбору для освоения в 6 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Интегрированные коммуникации», «Основы брендинга».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

ПК-3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: предназначение и содержание деятельности в области Интернет-брендинга и её значение в деятельности современных организаций;

Уметь: использовать технологии продвижения в системе Интернет-маркетинга;

Владеть: способностью реализовать PR-инструментарий в системе продвижения бренда.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. PR как функция управления

PR-планирование: достижение максимальной эффективности

Swot-анализ: сущность, цель, содержание

Нейролингвистическое программирование

Применение метода фокус-групп в рг-исследованиях

Раздел 2. Брендинг и PR в системе продвижения в Интернет-среде

PR и реклама в бизнесе

Брендинг и ребрендинг

Корпоративный имидж

Отраслевой PR

PR-инструментарий и манипулятивные технологии

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 3 з.е., 108 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы

учебной дисциплины «Медиапланирование»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины является формирование знаний о процессе коммуникации и их видах, умение использовать эти знания в разработке медиапланов.

Задачи:

- формирование знаний основ теории коммуникации, основ медиапланирования и развития умений их практического использования в самостоятельной работе;
- развитие умений распознавания проблем построения планов размещения рекламных объявлений и их решения на основе знаний процессов планирования рекламных кампаний;
- развитие навыков анализа прогнозирования и оценки эффективности применения рекламных массовых коммуникаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является дисциплиной по выбору для освоения в 7 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Интегрированные коммуникации», «Основы брендинга», «Теория и практика связей с общественностью».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику основных маркетинговых инструментов.

Уметь: организовывать и выполнять маркетинговые исследования.

Владеть: способностью осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Понятие коммуникации. Теории и виды коммуникации.
2. Специфика функций отдельных средств массовой коммуникации.
3. Массмедиа в структуре современной общественной жизни.
4. Планирование использования информационных каналов в рекламе (медиапланирование).

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 5 з.е., 180 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Современные медиасистемы»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование представления о современной системе средств массовой информации, особенностях национальных моделей систем СМИ (зарубежных и российской), факторах их формирования, базовых принципах построения, функционирования и развития, структурирования крупнейших сегментов систем СМИ и их взаимодействия.

Задачи:

- изучить основные характеристики медиасистемы (признаки, компоненты, свойства);
- исследовать модели медиасистем;
- рассмотреть стратегии медиасистемы;
- определить функции СМИ на современном этапе с учётом глобальных трансформаций медиа.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений, входит в модуль «Разработка коммуникационного продукта», является дисциплиной по выбору для освоения в 7 семестре.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра по рекламе и связям с общественностью «Теория и практика медиакоммуникаций», «Экономика и менеджмент в СМИ».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные характеристики медиасистем, стратегии медиасистем;
- особенности крупнейших зарубежных национальных систем СМИ;
- структуру СМИ России;

- особенности национальных медиамоделей и реалии функционирования российских СМИ;

Уметь:

- осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой информации, его конкретного вида, типа аудитории;
- проводить анализ материалов СМИ;

Владеть:

- навыками описания и классификационно-типологического анализа различных видов, типов СМИ, сравнительного анализа медиасистем разных видов.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Структура систем СМИ: эволюция, современные принципы организации и взаимодействия.
2. Аудиовизуальные СМИ.
3. Основные характеристики медиасистем.
4. Модели медиасистемы СМИ.
5. Эволюция медиасистемы и основные стратегии медиасистем.
6. Глобальная трансформация СМИ.
7. Личность в современной медиасистеме.
8. Моделирование современных медиаорганизаций.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 5 з.е., 180 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Основы маркетинга»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения данной дисциплины является приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей потребителей, управлению спросом на основе использования современных маркетинговых инструментов, разработке комплекса маркетинга.

Задачи:

- усвоение основных понятий в области маркетинга;
- получение навыков формирования и удовлетворения потребностей потребителей товаров и услуг;
- изучение организации проведения маркетинговых исследований: сбор, хранение, обработка, анализ и оценка маркетинговой информации;
- разработка и внедрение комплекса маркетинга, в т.ч. интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- проведение деятельности по разработке стратегии и тактики маркетинга организации;
- изучение основных положений товарной, ценовой, брендинговой, сбытовой политики предприятия;
- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в сфере маркетинга в практических ситуациях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Маркетинг и менеджмент в сфере рекламы и связей с общественностью», является обязательной для освоения дисциплиной в 3 семестре.

Изложение материалов курса основано на знаниях, полученных студентами по дисциплинам «Основы теории коммуникации», «Основы рекламы и PR».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

задачи маркетинговых коммуникаций;

основные маркетинговые инструменты управления спросом на товар;

Уметь:

- планировать маркетинговую деятельность на предприятии;
- оценивать эффективность маркетинговой деятельности на предприятии;

Владеть:

- навыками сбора и анализа маркетинговой информации;
- технологией проведения маркетинговых исследований.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Методологические основы защиты внутреннего рынка и маркетинга. Защита внутреннего рынка и маркетинг. Эволюция концепций маркетинговой деятельности.

Маркетинговые исследования.

Организация проведения маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинговых исследований. Маркетинговая среда организации. Покупательское поведение потребителей. Сегментация рынка и позиционирование товара. Стратегии охвата рынка. Конкурентоспособность и качество

Комплекс маркетинга.

Товарная политика организации. Разработка нового продукта и жизненный цикл товара. Брэндинг и фирменный стиль компании. Ценовая политика в маркетинге. Методы маркетинговых коммуникаций. Организация рекламной деятельности. Формы и средства связей с общественностью. Средства стимулирования сбыта и прямой маркетинг. Роль товарной упаковки и маркировки в маркетинговой деятельности фирмы. Распределительная политика в маркетинге. Сущность и функции розничной и оптовой торговли

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з.е., 144 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы

учебной дисциплины «Основы брендинга»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: комплексное изучение технологии создания, продвижения и усиления брендов.

Задачи освоения дисциплины:

- рассмотрение роли и места бренда в стратегии развития фирмы, анализ предпосылок успешности российских и мировых брендов;
- изучение инструментария, критериев эффективности бренда;
- раскрытие специфики современных технологий брендинга.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Маркетинг и менеджмент в сфере рекламы и связей с общественностью», является обязательной для освоения дисциплиной в 3, 4 семестрах.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Интегрированные коммуникации», «Основы рекламы и PR».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- модели брендов, стратегии позиционирования, идентичность бренда, атрибуты бренда;
- процесс формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций для бренда.

Уметь:

- разрабатывать маркетинговые стратегии позиционирования бренда;
- планировать мероприятия, направленные на реализацию маркетинговой стратегии бренда.

Владеть:

навыками планирования интегрированных маркетинговых коммуникаций для бренда.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Бренд и его значение в товарной политике. Бренд как маркетинговое понятие. Понятие бренда. Сущность бренда. Качества бренда. Эволюция бренда. История развития брендов. Интерпретации бренда. Индивидуальность бренда. Бренд-капитал. Структура бренда. Понятие брендинга. Типологии брендов. Стратегия развития бренда. Брендинг: культура брендинга. Понятие и состав брендбука. Разработка концепции бренда. Бренд-билдинг. Управление брендом: идентичность, имидж, аутентичность. Имя бренда. Сегментирование и позиционирование бренда. Модели формирования идентичности бренда. Продвижение бренда. Интегрированные маркетинговые коммуникации и бренд. Процесс интегрированных маркетинговых коммуникаций для бренда. Технологии брендинга. Исследования бренда. Планирование эффективных бренд-коммуникаций. Интернет-брендинг. Юридические аспекты бренда.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 7 з.е., 252 ч.
Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

***Аннотация рабочей программы
учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный
анализ в медиаиндустрии»***

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения данного курса является научить слушателей пользоваться минимальным практическим инструментарием и примерами опыта других организаций в проведении маркетинговых исследований, чтобы работая в компании и получив задачу проведения исследования, слушатель смог бы самостоятельно организовать и провести данную работу с минимальными финансовыми затратами, в максимально короткий срок, качественно и эффективно.

Задачи:

1. Создание системных представлений о методологии и методах организации и проведения маркетинговых исследований.
2. Первичное знакомство студентов с некоторыми техниками сбора маркетинговой информации, необходимой будущим управленцам.
3. Формирование у студентов общего представления о целях и методах анализа собранных данных.
4. Обучение ориентироваться в выборе необходимых и достаточных маркетинговых исследований при решении тех или иных конкретных поставленных задач.
5. Владение особенностями, достоинствами и недостатками источников маркетинговой информации для проведения исследований.
6. Предоставление возможности овладения практическими навыками проведения простейших исследований.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Маркетинг и менеджмент в сфере рекламы и связей с общественностью», является обязательной для освоения дисциплиной в 5, 6 семестрах.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Интегрированные коммуникации», «Основы маркетинга», «Основы рекламы и PR».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

ПК-3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: юридические основания для организации деятельности и представления её результатов; специфику основных маркетинговых инструментов.

Уметь: формулировать задачи в соответствии с целью проекта; организовывать и выполнять маркетинговые исследования.

Владеть: навыками аргументированного отбора и реализации различных способов решения задач в рамках цели проекта; способностью осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел I. Методология маркетингового исследования

Тема 1. Основные принципы маркетингового исследования в рекламе

Тема 2. Информационная культура

Тема 3. Рынок маркетинговых информационных услуг

Раздел II: Организация исследовательского процесса

Тема 4. Организация исследовательского процесса

Тема 5. Конкурентный анализ

Тема 6. Процесс сегментации рынка.

Раздел III: Методы исследования рынка

Тема 7. Анализ рынка

Тема 8. Количественные рекламные исследования. Область применения и возможности

Тема 9. Инструментарий для проведения количественного рекламного исследования

Тема 10. Качественные рекламные исследования

Тема 11. Инструментарий для качественного рекламного исследования

Тема 12. Проективные исследования

Раздел IV: Социальный маркетинг и маркетинговые исследования

Тема 13. Социальный маркетинг понятие и сущность

Тема 14. Этапы осуществления эффективного социального маркетинг

Раздел V: Политический маркетинг и маркетинговые исследования

Тема 15. Понятие политического маркетинга, цели и его применение

Тема 16. Диагностика предвыборной ситуации в округе: изучение первичной информации; проведение зондажно-проективных исследований

Раздел VI: Результаты исследования

Тема 17. Отчет о результатах исследования

Тема 18. Выступление (доклад) о результатах исследования

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 7 з.е., 252 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины: получение теоретических знаний о принципах построения отделов рекламы и СО в организации и практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела.

Задачи дисциплины:

- изучение организационных основ деятельности отдела рекламы и СО,
- изучение роли и функций отдела в системе менеджмента организации,
- изучение задач и принципов функционирования отдела рекламы и СО,
- планирование работы отдела и составление бюджета,
- изучение практических особенностей функционирования отделов рекламы и СО в современных организациях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Маркетинг и менеджмент в сфере рекламы и связей с общественностью», является обязательной для освоения дисциплиной в 6 семестре.

Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся, полученные в ходе освоения дисциплин «Интегрированные коммуникации», «Основы маркетинга», «Основы рекламы и PR».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6 11.013 Графический дизайнер В/02.6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности.

Уметь: определять свою роль в команде, стиль управления и эффективность руководства командой; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

Владеть: навыками организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; организацией внутренних коммуникаций.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Теоретико-методические аспекты организации работы отдела рекламы и связей с общественностью.
2. Планирование и бюджетирование деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений отдела рекламы и связей с общественностью.
4. Практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях.

5 ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е., 72 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы

учебной дисциплины «Общая физическая подготовка»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

- обеспечение физической подготовленности обучающихся и способности использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи:

- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющие психофизическую готовность студента к будущей профессии;
- приобретение личного опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности, повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина является элективной по физической культуре и спорту для освоения во 2-6 семестрах. Изучение дисциплины опирается на знания обучающихся сформированные в общеобразовательной школе и в ходе изучения дисциплин: «Физическая культура и спорт», «Безопасность жизнедеятельности» и т.д.

Освоение дисциплины «Общая физическая подготовка» является необходимой основой для прохождения учебной и производственной практик.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- определение и составляющие здорового образа жизни;
- критерии эффективности здорового образа жизни;
- определение составляющих саморазвития и самореализации.

УМЕТЬ:

- методически правильно использовать критерии эффективности здорового образа жизни; творчески выстраивать индивидуальную траекторию программы саморазвития в соответствии с личными ресурсами

ВЛАДЕТЬ:

- способностью использовать основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности;

- способами планирования перспективных целей деятельности с учётом личностных возможностей и требованием рынка труда.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания
2. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.
3. Самоконтроль, занимающихся физическими упражнениями и спортом.
4. Спорт. индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.
5. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.
6. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ппфп) студентов.
7. Физическая культура в профессиональной деятельности бакалавра и специалиста.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 328 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Спортивные игры»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

- обеспечение физической подготовленности обучающихся и способности использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи:

* овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;

* обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющие психофизическую готовность студента к будущей профессии;

* приобретение личного опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности, повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина является вариативной для освоения во 2-6 семестрах. Для освоения дисциплины «Спортивные игры» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в общеобразовательной школе.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- определение и составляющие здорового образа жизни;
- теоретические основы методов самооценки и уровней анализа психических явлений;
- критерии эффективности здорового образа жизни.

УМЕТЬ:

- методически правильно использовать критерии эффективности здорового образа жизни; творчески выстраивать индивидуальную траекторию программы саморазвития в соответствии с личными ресурсами

ВЛАДЕТЬ:

- способностью использовать основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности;
- способами планирования перспективных целей деятельности с учётом личностных возможностей и требованием рынка труда.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания.

Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.

Самоконтроль, занимающихся физическими упражнениями и спортом.

Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.

Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.

Профессионально-прикладная физическая подготовка (ппфп) студентов.

Физическая культура в профессиональной деятельности бакалавра и специалиста.

Спортивные и подвижные игры.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 328 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ ОПОП
Аннотация рабочей программы
практики «Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Целью учебной практики (профессионально-ознакомительной практики) является развитие практических навыков и умений, а также формирование компетенций обучающихся в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Задачи учебной практики:

- овладение необходимыми профессиональными знаниями, умениями и навыками по избранному направлению подготовки;
- овладение навыками литературного редактирования текстов;
- освоение приемов и форм деловой коммуникации, работы с информационными источниками и материалами;
- анализ рекламных и PR-материалов в различных сферах деятельности рекламодателя;
- подготовка коммуникативных кампаний и мероприятий;
- овладение способностью планировать и реализовывать рекламные и PR-проекты.

2. ВИД ПРАКТИКИ, ТИП, СПОСОБ И ФОРМА ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид практики – учебная.

Тип практики – профессионально-ознакомительная.

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – дискретная.

Место проведения практики – БГУ, филологический факультет, кафедра русской, зарубежной литературы и МК, телекоммуникационная студия, библиотека.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Практика учебная (профессионально-ознакомительная практика) относится к обязательной части модуля «Практика» и проводится во 2, 3 семестрах. В основные задачи практики входит формирование у студентов представлений о специфике рекламных и PR-коммуникаций, особенностях их реализации в современных СМИ и других медиа. Это подразумевает закрепление начальных профессиональных умений и навыков, полученных в процессе первого года обучения в процессе изучения дисциплин модуля «Общепрофессиональной подготовки». В теоретическом плане для прохождения учебной практики бакалавр опирается на базовое знание таких дисциплин, как «Основы теории коммуникации», «Деловое и профессиональное общение», «Основы рекламы и PR» и др.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики:

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

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

При прохождении практики обучающийся осваивает трудовую функцию:

Организация маркетинговых исследований в области СМИ (В/01.6).

Трудовые действия:

- Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ;
- Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ;
- Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- понятие и виды текстов рекламы и связей с общественностью,
- понятия лингвистических особенностей текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;

УМЕТЬ:

- определять особенности текстов рекламы и связей с общественностью;
- создавать заголовки и тексты, информационные поводы в сфере рекламы и связей с общественностью;

ВЛАДЕТЬ:

- навыками составления рекламного и PR-текстов,
- способностью разрабатывать стратегию коммуникационной кампании и мероприятия на основе маркетинговых исследований.

5. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1. Изучение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
2. Изучение основ литературного редактирования
3. Изучение информации по созданию текстов рекламы и связей с общественностью
4. Изучение основ копирайтинга
5. Изучение информации по планированию и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.
6. Изучение маркетинговых основ создания и реализации рекламных и PR-проектов.
7. Выполнение индивидуальных заданий, установленных рабочим планом-графиком практики.
8. Составление отчета по практике.
9. Подведение итогов практики, участие в итоговой конференции.

6. ОБЪЁМ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость практики составляет 9 з.е., 6 недель, 324 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

***Аннотация рабочей программы
практики «Производственная практика (преддипломная практика)»***

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Целью производственной практики (преддипломной практики) является закрепление и углубление теоретической подготовки бакалавра, приобретение им практических навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности, а также обобщение и анализ материалов, необходимых для качественного выполнения выпускной квалификационной работы и ее защиты.

Задачи производственной практики:

- формирование способности применять полученные знания в области рекламы и связей с общественностью в собственной научно-исследовательской деятельности;
- систематизация и углубление теоретических и практических знаний по направлению подготовки, их применение при решении конкретных профессиональных задач в соответствии с темой выпускной квалификационной работы;
- совершенствование приемов самостоятельной работы (систематизация соответствующей литературы по разрабатываемой проблеме; раскрытие используемой системы категорий; анализ состояния теории и практики по исследуемой проблеме, оценка ее решения в современных условиях);
- овладение методами обобщения и логического изложения материала;
- совершенствование навыков разработки конкретной научной проблемы (первичный и вторичный анализ эмпирических данных).

2. ВИД ПРАКТИКИ, ТИП, СПОСОБ И ФОРМА ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид практики – производственная.

Тип практики – преддипломная.

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – дискретная.

Место проведения практики – рекламные и PR-агентства, отделы рекламы и связей с общественностью.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Практика производственная (преддипломная практика) относится к обязательной части модуля «Практика» и проводится в 8 семестре. В её основные задачи входит апробация теоретических и (или) практических положений выпускной квалификационной работы. Во время преддипломной практики студенты осуществляют поиск, отбор и изучение всей необходимой для написания ВКР информации. Характер данных материалов зависит от типа и темы ВКР, который определяется направленностью образовательной программы. Прохождение практики предполагает знание дисциплин модуля «Общепрофессиональной подготовки».

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики:

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

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

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

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

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

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

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

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы, в рамках традиционных и современных средств рекламы (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/02.6

11.013 Графический дизайнер В/02.6).

ПК-3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6

11.013 Графический дизайнер В/02.6).

При прохождении практики обучающийся осваивает трудовые функции:

Организация маркетинговых исследований в области СМИ (В/01.6).

Трудовые действия:

- Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ;

- Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ;

- Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ.

Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ (В/02.6).

Трудовые действия:

- Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий;

- Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации;

- Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ.

Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ (В/04.6).

Трудовые действия:

- Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ;
- Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции;
- Анализ эффективности продвижения продукции СМИ.

Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/02.6).

Трудовые действия:

- Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации;
- Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации;
- Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- современную жанровую и стилевую специфику различного рода медиатекстов;
- механизмы функционирования государственных институтов и их роль в профессиональной деятельности;
- содержание классических произведений мировой литературы (русской и зарубежной); важнейшие черты литературных направлений мировой литературы
- психологические закономерности аудитории средств массовой коммуникации виды психологического воздействия в ходе массовой коммуникации;
- совокупность политических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- закономерности, принципы построения и функционирования современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения.
- принципы и приемы формирования имиджа медиакоммуникатора и медиабренда.
- понятия лингвистических особенностей текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;
- аспекты производства различных рекламных продуктов;
- процесс формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций при планировании производства коммуникационного продукта;
- основы планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;

УМЕТЬ:

- учитывать жанровую и стилевую специфику при создании медиатекстов;
- представлять объективную информацию о деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых PR-текстах;

- ориентироваться в способах и формах усвоения художественной традиции в истории литературы; собирать, структурировать и излагать материал по проблемам истории мировой литературы ;
- самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области психологии массовой коммуникации;
- формулировать идеи по актуальным политологическим проблемам и анализировать политические процессы, определяя совокупность политических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- правильно применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
- использовать методы и технологии воздействия в средствах массовой коммуникации;
- создавать заголовки и тексты, информационные поводы в сфере рекламы и связей с общественностью;
- разрабатывать рекламные проекты для продвижения товаров и услуг;
- планировать мероприятия, направленные на реализацию маркетинговой стратегии;
- разрабатывать план мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;

ВЛАДЕТЬ:

- навыками создания медиатекстов с учетом жанровой и стилевой специфики в соответствии с нормами русского языка;
- навыками создания медиатекстов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов;
- основами филологического подхода к литературно-художественному материалу в его историческом развитии; знаниями в области теории, истории литературы как важнейшей части общекультурного, гуманитарного, филологического профессионального багажа специалиста по рекламе и связям с общественностью;
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной среды, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- способностью осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом норм политической этики, прав и свобод человека и гражданина, на основе развитого правового сознания и политической культуры;
- навыками разработки мультимедийного контента, навыками использования основных сервисов сети Интернет;
- методами психологического анализа сообщений массмедиа и каналов массовой коммуникации;
- способностью разрабатывать стратегию коммуникационной кампании и мероприятия на основе маркетинговых исследований;
- навыками разработки рекламных продуктов;
- навыками планирования интегрированных маркетинговых коммуникаций с учетом особенностей целевой аудитории;
- способностью организовать коммуникации по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

5. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1. Участие в установочной конференции, инструктаж по ТБ.
2. Аналитический обзор современного состояния, цели/потенциала предприятия, учреждения.
3. Изучение научной и учебной литературы по теме ВКР.
4. Изучение профессиональных функций в рекламных и PR-агентствах, отделах рекламы и связей с общественностью.
5. Участие в разработке рекламных продуктов, коммуникационных кампаний.
6. Сбор и анализ практического материала по теме ВКР.
7. Составление отчета по практике.
8. Подведение итогов практики, участие в итоговой конференции.

6. ОБЪЁМ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость практики составляет 6 з.е., 4 недели, 216 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация рабочей программы практики «Производственная практика (профессионально-творческая практика)»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель производственной практики (профессионально-творческой практики): закрепить знания и умения, полученные в процессе освоения теоретических курсов по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», формировать профессиональные компетенции в соответствии с учебным планом.

Задачи производственной практики:

- освоение практических умений и навыков, предусмотренных базовыми модулями ОПОП по рекламе и связям с общественностью;
- формирование навыков по различным типам задач профессиональной деятельности, которые предусмотрены ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»;
- изучение особенностей профессиональной деятельности специалиста в рекламном и PR-агентствах.
- анализ рекламных и PR-материалов в различных сферах деятельности рекламодателя;
- овладение способностью планировать и реализовывать рекламные и PR-проекты.

2. ВИД ПРАКТИКИ, ТИП, СПОСОБ И ФОРМА ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид практики – производственная.

Тип практики – преддипломная.

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – дискретная.

Место проведения практики – рекламные и PR-агентства, отделы рекламы и связей с общественностью.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Практика производственная (профессионально-творческая практика) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, модуля «Практика» и проводится в 4, 6 семестрах. Практика направлена на формирование у студентов расширенных представлений о специфике рекламных и PR-коммуникаций, особенностях их реализации в современных СМИ и других медиа, получение разностороннего опыта работы в рекламном и PR-агентствах или отделах рекламы и связей с общественностью.

В её основные задачи входит актуализация и практическая отработка теоретических знаний и умений, полученных в процессе изучения дисциплин модуля: «Разработка коммуникационного продукта».

В ходе практики обучающиеся знакомятся с проектными и практическими аспектами рекламной и PR-деятельности с целью получения необходимых навыков профессиональной деятельности.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы, в рамках традиционных и современных средств рекламы (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/02.6

11.013 Графический дизайнер В/02.6).

ПК-3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6).

ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ В/01.6, В/02.6, В/04.6

11.013 Графический дизайнер В/02.6).

При прохождении практики обучающийся осваивает трудовые функции:

Организация маркетинговых исследований в области СМИ (В/01.6).

Трудовые действия:

- Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ;

- Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ;

- Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ.

Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ (В/02.6).

Трудовые действия:

- Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий;

- Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации;

- Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ.

Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ (В/04.6).

Трудовые действия:

- Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ;

- Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции;

- Анализ эффективности продвижения продукции СМИ.

Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/02.6).

Трудовые действия:

- Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации;

- Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации;

- Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- понятия лингвистических особенностей текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;

- аспекты производства различных рекламных продуктов;

- процесс формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций при планировании производства коммуникационного продукта;

- основы планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;

УМЕТЬ:

- создавать заголовки и тексты, информационные поводы в сфере рекламы и связей с общественностью;

- разрабатывать рекламные проекты для продвижения товаров и услуг;

- планировать мероприятия, направленные на реализацию маркетинговой стратегии;

- разрабатывать план мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;

ВЛАДЕТЬ:

- способностью разрабатывать стратегию коммуникационной кампании и мероприятия на основе маркетинговых исследований;

- навыками разработки рекламных продуктов;

- навыками планирования интегрированных маркетинговых коммуникаций с учетом особенностей целевой аудитории;

- способностью организовать коммуникации по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

5. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1. Участие в установочной конференции, инструктаж по ТБ.

2. Социологические, маркетинговые исследования производственной работы учреждения, организации.

3. Исследование, оценка опыта рекламной и PR-практики учреждения, организации.

4. Исследование, оценка корпоративной культуры/имиджа учреждения, организации.

5. Углубленное изучение специфики профессиональной деятельности PR – службы (рекламного отдела).

6. Исследование новых тенденций в рекламе и связях с общественностью.

7. Проектирование и стратегическое планирование рекламного /PR/коммуникационного бизнеса

8. Составление отчета по практике.

9. Подведение итогов практики, участие в итоговой конференции.

6. ОБЪЁМ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость практики составляет 12 з.е., 8 недель, 432 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

***Аннотация рабочей программы
факультатива «Гражданское население в противодействии
распространению идеологии экстремизма и терроризма»***

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: Формирование основ теоретических знаний, практических умений и навыков по профилактике и предупреждению террористических проявлений, минимизации и ликвидации последствий террористических актов. Развитие способностей у обучающихся к систематической самостоятельной работе по углублению знаний в данной области и их применению в профессиональной и управленческой сферах. Формирование гражданственности и патриотизма, необходимого мировоззренческого уровня, опирающегося на систематичность, обоснованность, доказательность своей собственной позиции в области экстремизма и терроризма.

Задачи:

- знание основных рисков и угроз национальной безопасности России;
- развитие умений, связанных с анализом и оценкой информации о возможных террористических угрозах на участках профессиональной деятельности и функциональной ответственности по занимаемой должности.
- освоения специфической государственно-правовой терминологии;
- знание содержания основных документов и нормативно-правовых актов противодействия терроризму в Российской Федерации, а также приоритетных задач государства в борьбе с терроризмом
- освоение духовных ценностей, выработанных в ходе исторического развития, приобщение к социальному опыту, духовным и нравственным ценностям предшествующих поколений россиян; воспитание уважительного отношения к различным этнокультурам и религиям.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП. Дисциплина входит в факультативную часть, является элективной для освоения в 7 семестре.

Изложение материалов курса основано на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин: «Правоведение и противодействие коррупции», «История (история России, всеобщая История)», «Безопасность жизнедеятельности».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- основные принципы критического анализа;

- правовые и специальные нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

УМЕТЬ:

– рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи;

- анализировать нормативную документацию; организовать безопасные условия труда на рабочем месте;

ВЛАДЕТЬ:

– демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций;

- приемами первой медицинской помощи; способами применения средств гражданской обороны.

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Т

Тема 1. Сущность современного терроризма, идеология, типология и его крайняя общественная опасность.

Тема 2. Современная нормативно правовая база противодействия терроризму в Российской Федерации

Тема 3. Деятельность органов государственной власти, местного самоуправления и общественных организаций по противодействию терроризму и экстремизму в Российской Федерации.

Тема 4. Информационное противодействие идеологии терроризма.

Тема 5. Воспитание патриотизма как фактор профилактики и противодействия распространения идеологии терроризма.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 1 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачёт.

***Аннотация рабочей программы
факультатива «Реклама в коммуникационном процессе»***

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью является изучение студентами места рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками, роли рекламы в формировании системы связей с общественностью, освоение студентами основных приемов создания рекламного и PR-сообщения.

Задачи:

- Получение комплекса знаний о месте рекламы и PR в информационной индустрии и в информационных технологиях.
- Формирование знаний о механизмах действия рекламы и PR, ознакомление студентов с технологиями рекламного и PR воздействия в их историческом развитии и практическом применении.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к факультативам, изучается в 8 семестре. Изучаемая дисциплина связана с рядом модулей и дисциплин, включенных в структуру ОПОП: «Основы рекламы и PR», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью» и др. Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра по рекламе и связям с общественностью

«Основы теории коммуникации», «Теория и практика медиакоммуникаций».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

место, роль и специфику российской рекламы и PR в мировом пространстве;

Уметь:

применять базовые теоретические понятия для выбора средств рекламы, видов и форм рекламных и PR-коммуникаций;

Владеть:

способностью характеризовать специфику российской рекламы и PR в мировом пространстве;

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1. Возникновение и эволюция рекламных и PR-коммуникаций в обществе
- 1.2 Реклама и PR в системе маркетинговых коммуникаций
- 1.3. Механизмы осуществления рекламной коммуникации
- 1.4. Рекламные и PR-средства и их применение
- 1.5. Организация и управление рекламной и PR-деятельностью

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 1 з.е., 36 ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет.