


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


(Никитина И.Н.)

12 марта 2019 г.

**АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ
ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Направление подготовки:

42.03.01 – реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль):

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Уровень высшего образования: **бакалавриат**

2019 г.

АННОТАЦИИ ПРОГРАММ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) Реклама и связи с общественностью
в коммерческой сфере
КВАЛИФИКАЦИЯ: бакалавр
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 в 1 и 2 семестрах.

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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «История (история России, всеобщая история)» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

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: 6 зачетных единиц.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Составитель: доцент Малашенко И.В.

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

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Философия» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

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.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доц. Малинников С.Г.

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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Культурология» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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

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:

- 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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: проф. И.В.Алферова.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Правоведение»

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 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Правоведение» направлен на формирование следующей **компетенции в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доц. Стаканова М.В.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИКА»

Введена в связи с опубликованием приказа Минобрнауки № 1456 от 26.11.2020г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

1.1. Цель освоения дисциплины:

- формирование у студента экономического мышления, теоретических и практических знаний рационального хозяйствования в условиях ограниченности экономических ресурсов.

1.2. Основными задачами изучения дисциплины являются:

- расширить кругозор знания, сформировать у студентов умения и навыки по общим вопросам экономической теории, истории экономической мысли;
- изучить основные законы и концепции рыночной экономики; основы построения расчета и анализа системы показателей хозяйственных субъектов на микро - и макроуровнях.
- сформировать представления о закономерностях функционирования современной экономики на макро - и микроуровнях, о формах и методах государственной политики и последствиях государственного регулирования в экономике.

Полученные знания и навыки позволят студентам правильно ориентироваться в основных проблемах функционирования экономики, в особенностях реализации экономических законов на рынках совершенной конкуренции, монополии, олигополии, монополистической конкуренции, что особенно важно для усвоения основ экономической деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина относится к базовой части и изучается в 5 семестре.

Изложение материалов курса основано на знаниях, полученных студентами при изучении школьных курсов.

Курс «Экономика» призван способствовать воспитанию у обучаемых экономической культуры и экономического мышления, расширить и углубить знания в области теории экономики, привить навыки использования инновационных методов обучения в практической деятельности.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

3.1. Процесс изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Экономика» направлен на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины бакалавр должен:

знать:

базовые экономические категории и экономическое устройство общества;

уметь:

применять принципы, законы и модели для анализа экономических процессов;

владеть:

навыками экономического анализа для изучения предметно-практической деятельности

4. Содержание дисциплины

1. Эволюция экономики. Экономическая теория как наука
2. Общая характеристика основ экономики. Основы теории рыночной экономики
3. Предпринимательская деятельность фирмы (предприятия)
4. Конкуренция и монополия в экономике
5. Национальное общественное производство.
6. Макроэкономическая нестабильность
7. Международная торговля: основные концепции и теории развития мировой торговли
8. Международная миграция рабочей силы и капитала

5. Трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

Итоговый контроль: зачет

*Разработчик рабочей программы дисциплины
к.э.н., доцент кафедры экономики и управления*

О.П. Полеская

Аннотация рабочей программы «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 обязательной части ОПОП. Дисциплина изучается 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-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

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

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
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
- 5.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

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

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Социология» направлен на формирование следующей **компетенции в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доц. Шилина С.А.

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.

Политологическое образование сегодня – один из способов приобщения молодых граждан к демократическим ценностям, политической социализации личности, необходимое условие формирования гражданского общества.

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, полученных в ходе освоения дисциплины «История (история России, всеобщая история)». Дисциплина связана с учебными дисциплинами модуля «Мировоззренческий»: «Философия», «Культурология», «Правоведение», «Социология».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Политология» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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.

Итоговый контроль: зачет.

Составитель: доцент Малашенко И.В.

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 межъязыковой 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-рефлективное 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)»

Процесс изучения дисциплины «*Иностранный язык (Английский язык)*» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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):

- **знать** основы иностранного языка;

- **уметь** общаться, вести диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации;

- **уметь** 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 «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)»

№ раздела	Наименование темы	Содержание раздела
1	Моя семья	Коррекция навыков произношения. Понятие об интонации. Сочетания смычных гласных. Стилистически нейтральная, наиболее употребительная лексика общего языка.

		<p>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.</p>
2	Моя квартира	<p>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.</p>
3	Мой рабочий день	<p>Интонация повествовательного предложения. Сочетания звуков [pl]. 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.</p>
4	Мой выходной день	<p>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.</p>

5	Мой университет	<p>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.</p>
6	Роль иностранных языков в жизни	<p>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.</p>
7	Еда и напитки	<p>Сочетание звуков [ŋk]. Буквосочетания ag, 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.</p>
8	Магазины и покупки	<p>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.</p>
9	Россия	<p>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.</p>

		<p>Развёрнутый ответ на вопрос. Изложение краткого содержания текста по-русски.</p> <p>Понятие о типах текста. Научно-журнальная статья. Научно-популярная статья. Учебный текст. Художественный текст.</p> <p>Письменная фиксация ключевых слов при чтении текста.</p> <p>Написание официального письма.</p>
10	Москва	<p>Чтение транскрипции.</p> <p>Порядковые числительные.</p> <p>Многозначность слов и знакомство с основными двуязычными словарями.</p> <p>Употребление Present Perfect Tense, Past Perfect Tense</p> <p>Понимание смысла основных частей диалога или монолога по изучаемой теме.</p> <p>Постановка вопросов к тексту. Изложение содержания текста с опорой на вопросы, ключевые слова и словосочетания.</p> <p>Развитие навыков поискового чтения.</p> <p>Запись ключевых слов и выражений текста (прочитанного или прослушанного).</p>
11	Брянск	<p>Чтение сочетаний гласных с согласными. Чтение гласных букв в неударных слогах.</p> <p>Суффиксы прилагательных и наречий.</p> <p>Устойчивые выражения: наиболее распространенные разговорные формулы-клише (обращение, приветствие, благодарность, извинение и т.д.).</p> <p>Настоящее совершенно-длительное время и его употребление.</p> <p>Прошедшее совершенно-длительное время и его употребление.</p> <p>Письменная фиксация ключевых слов при прослушивании текста и составление вопросов к нему.</p> <p>Воспроизведение текста максимально близко к оригиналу (подробный пересказ).</p> <p>Развитие навыков ознакомительного и изучающего чтения.</p> <p>Составление предложений с использованием ключевых слов и выражений.</p>
12	Здоровый образ жизни	<p>Интонация стилистически нейтральной речи.</p> <p>Суффиксы прилагательных.</p> <p>Знакомство с терминологическими словарями и справочниками.</p> <p>Модальные глаголы can, must, may, need, to have to</p> <p>Составление плана воспринимаемого текста и его воспроизведение согласно данному плану.</p> <p>Развитие навыков устной монологической и диалогической речи.</p> <p>Употребление разговорных формул в коммуникативных ситуациях.</p> <p>Развитие навыков беглого чтения, поисковое чтение.</p> <p>Составление вопросов к тексту. Написание неофициального письма.</p>
13	США	<p>Интонация как средство различения коммуникативных типов предложения.</p> <p>Расширение словарного запаса за счёт лексических единиц, составляющих основу регистра научной речи.</p> <p>Инфинитив. Инфинитивные конструкции.</p> <p>Выделение основной идеи и логической структуры звучащего текста.</p>

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

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

		<p>Аннотирование и реферирование текстов по теме специальности. Составление вопросов к тексту.</p>
22	Журналы	<p>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.</p>
23	Газеты	<p>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.</p>
24	Свобода слова	<p>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.</p>
25	Социальные сети (Интернет-ресурсы)	<p>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.</p>

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 «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)»

Общая трудоёмкость дисциплины: 9 ЗЕТ, 324 часа.

Итоговый контроль: зачет, экзамен.

Автор-составитель: ассистент кафедры иностранных языков *Матсон Ольга Олеговна*

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

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

Цели:

• овладение системой иностранного языка как средством межъязыковой 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-рефлективное 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 (НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК)» В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Иностранный язык (Немецкий 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК)»

Процесс изучения дисциплины «*Иностранный язык (Немецкий язык)*» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

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 освоения компетенций студенты должны:

- **знать** основы иностранного языка;
- **уметь** общаться, вести диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации;
- **уметь** 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 «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК)»

№ раздела	Наименование темы	Содержание раздела
1	Моя семья	<p>Коррекция навыков произношения. Наиболее употребительные суффиксы и приставки существительных и прилагательных Стилистически нейтральная наиболее употребительная лексика общего языка. Личные местоимения. Глаголы haben, sein, werden. Порядок слов в простом повествовательном предложении. Вопросительные предложения. Определённый и неопределённый артикли. Отрицание в немецком предложении. Презенс сильных глаголов с изменением корневой гласной, отделяемые и неотделяемые приставки 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.</p>
2	Моя квартира	<p>Установка и корректировка звуков. Наиболее употребительные суффиксы и приставки существительных и прилагательных.</p>

		<p>Стилистически нейтральная наиболее употребительная лексика, относящаяся к общему языку.</p> <p>Повелительное наклонение. Презенс модальных глаголов.</p> <p>Неопределённо-личные предложения. Безличные предложения. Управление глаголов.</p> <p>Понимание микродиалога по теме и его воспроизведение.</p> <p>Воспроизведение микродиалога по ролям.</p> <p>Развитие навыков ознакомительного и изучающего чтения.</p> <p>Запись ключевых слов к тексту. Написание плана текста.</p>
3	Мой рабочий день	<p>Система гласных и согласных звуков в немецком языке.</p> <p>Производные существительные с суффиксами, женский род.</p> <p>Знакомство с основными типами словарей.</p> <p>Возвратные глаголы. Имя существительное. Склонение имен существительных. Предлоги двойного управления.</p> <p>Множественное число имён существительных.</p> <p>Составление плана при прослушивании текста по теме.</p> <p>Воспроизведение текста по плану (краткий пересказ).</p> <p>Развитие навыков просмотрового чтения.</p> <p>Умение написать краткий текст по плану.</p>
4	Мой выходной день	<p>Словесное ударение (ударные гласные полнозначных слов и редукция гласных).</p> <p>Отделяемые и неотделяемые приставки глаголов.</p> <p>Организация материала в двуязычном словаре. Структура словарной статьи.</p> <p>Указательные местоимения. Притяжательные местоимения.</p> <p>Предлоги с дательным и родительным падежами.</p> <p>Местоименные наречия. Прошедшее время (Перфект).</p> <p>Понимание микродиалога и его воспроизведение.</p> <p>Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Развёрнутые ответы на вопросы. Освоение разговорных формул для выражения модальности в коммуникативных ситуациях (выражение сомнения).</p> <p>Восприятие смысловой структуры текста (определение смысла каждого абзаца).</p> <p>Составление плана текста.</p>
5	Мой университет	<p>Дифтонги и трифтонги.</p> <p>Порядковые числительные. Суффиксы -en-, -ern-.</p> <p>Словари: двуязычные и одноязычные: толковые, фразеологические, терминологические и т.д..</p> <p>Степени сравнения прилагательных и наречий.</p> <p>Выделение ключевых слов и восстановление полного текста при многократном прослушивании.</p> <p>Постановка вопросов к тексту. Развёрнутые ответы на вопросы к тексту. Передача содержания текста с опорой на вопросы к нему.</p> <p>Развитие навыков беглого чтения.</p> <p>Умение написать краткое сообщение на произвольную тему с использованием ключевых слов и выражений.</p>
6	Роль иностранных языков в жизни	<p>Дифтонги и трифтонги.</p> <p>Словари: двуязычные и одноязычные: толковые, фразеологические, терминологические и т.д.</p> <p>Будущее время.</p>

		<p>Выделение ключевых слов и восстановление полного текста при многократном прослушивании.</p> <p>Постановка вопросов к тексту. Развёрнутые ответы на вопросы к тексту. Передача содержания текста с опорой на вопросы к нему.</p> <p>Развитие навыков беглого чтения.</p> <p>Умение написать краткое сообщение на произвольную тему с использованием ключевых слов и выражений.</p>
7	Еда и напитки	<p>Интонация стилистически нейтральной речи.</p> <p>Суффикс существительных –ung-.</p> <p>Знакомство с терминологическими словарями и справочниками.</p> <p>Артикль перед географическими названиями. Артикль перед именами собственными.</p> <p>Составление плана воспринимаемого текста и его воспроизведение согласно данному плану.</p> <p>Повторение текста за диктором с соблюдением правильного членения предложения на синтагмы и их правильного интонационного оформления. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Употребление разговорных формул для выражения модальности в коммуникативных ситуациях (выражение сожаления, согласия и несогласия).</p> <p>Развитие навыков беглого чтения, поисковое чтение.</p> <p>Составление вопросов к тексту. Написание неофициального письма.</p>
8	Магазины и покупки	<p>Чтение транскрипции.</p> <p>Суффиксы существительных -er-, -erin. Суффикс прилагательного -er.</p> <p>Многозначность слов и знакомство с основными двуязычными словарями.</p> <p>Предпрошедшее время.</p> <p>Понимание смысла основных частей диалога или монолога по изучаемой теме.</p> <p>Постановка вопросов к тексту. Изложение содержания текста с опорой на вопросы/ключевые слова и словосочетания.</p> <p>Развитие навыков поискового чтения.</p> <p>Запись ключевых слов и выражений текста (прочитанного или прослушанного).</p>
9	Россия	<p>Интонация стилистически нейтральной речи.</p> <p>Суффикс существительных –ung-.</p> <p>Знакомство с терминологическими словарями и справочниками.</p> <p>Артикль перед географическими названиями. Артикль перед именами собственными. Простое прошедшее время.</p> <p>Составление плана воспринимаемого текста и его воспроизведение согласно данному плану.</p> <p>Повторение текста за диктором с соблюдением правильного членения предложения на синтагмы и их правильного интонационного оформления. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Употребление разговорных формул для выражения модальности в</p>

		<p>коммуникативных ситуациях (выражение сожаления, согласия и несогласия).</p> <p>Развитие навыков беглого чтения, поисковое чтение.</p> <p>Составление вопросов к тексту. Написание неофициального письма.</p>
10	Москва	<p>Чтение транскрипции.</p> <p>Суффиксы существительных -er-, -erin. Суффикс прилагательного -er.</p> <p>Многозначность слов и знакомство с основными двуязычными словарями.</p> <p>Предпрошедшее время.</p> <p>Понимание смысла основных частей диалога или монолога по изучаемой теме.</p> <p>Постановка вопросов к тексту. Изложение содержания текста с опорой на вопросы/ключевые слова и словосочетания.</p> <p>Развитие навыков поискового чтения.</p> <p>Запись ключевых слов и выражений текста (прочитанного или прослушанного).</p>
11	Брянск	<p>Ритмика (ударные и неударные слова в потоке речи).</p> <p>Порядковые числительные.</p> <p>Устойчивые выражения: наиболее распространённые разговорные формулы-клише (обращение, приветствие, благодарность, извинение и т.п.).</p> <p>Временные формы глагола. Субстантивированный инфинитив</p> <p>Письменная фиксация ключевых слов при прослушивании текста и составление вопросов к нему.</p> <p>Воспроизведение текста по ключевым словам и/или по плану (краткий пересказ). Воспроизведение текста максимально близко к оригиналу (подробный пересказ).</p> <p>Развитие навыков ознакомительного и изучающего чтения.</p>
12	Здоровый образ жизни	<p>Интонация стилистически нейтральной речи.</p> <p>Суффикс существительных -in-.</p> <p>Многозначность слов</p> <p>Простое прошедшее время.</p> <p>Составление плана воспринимаемого текста и его воспроизведение согласно данному плану.</p> <p>Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Употребление разговорных формул для выражения модальности в коммуникативных ситуациях (выражение сожаления, согласия и несогласия).</p> <p>Развитие навыков беглого чтения, поисковое чтение.</p> <p>Составление вопросов к тексту. Написание неофициального письма.</p>
13	Географическое положение Германии	<p>Понятие о нормативном литературном произношении.</p> <p>Суффиксы прилагательных и наречий -voll, -los.</p> <p>Многозначность слов. Прямое и переносное значение слова.</p> <p>Безличный пассив. Перевод безличного пассива на русский язык. Образование временных форм пассива</p> <p>Восприятие на слух сообщений / докладов однокурсников.</p> <p>Краткое устное выступление по теме (с предварительной подготовкой).</p> <p>Распознавание значения слова по контексту. Восприятие</p>

		<p>смысловой структуры текста (определение смысла каждого абзаца).</p> <p>Запись текста при многократном прослушивании (с использованием словаря).</p>
14	Федеративные земли Германии	<p>Интонация как средство различия коммуникативных типов предложения.</p> <p>Глагольные приставки er, mit</p> <p>Расширение словарного запаса за счет специальной лексики.</p> <p>Придаточные предложения места, временные союзы и предлоги</p> <p>Выделение основной идеи и логической структуры звучащего текста.</p> <p>Воспроизведение диалога по ролям.</p> <p>Развитие навыков беглого чтения. Поисковое чтение.</p> <p>Восстановление полного текста в письменном виде при многократном прослушивании</p>
15	Политическая система Германии	<p>Понятие артикуляционного уклада.</p> <p>Суффиксы существительных –keit, -heit.</p> <p>Сочетаемость слов.</p> <p>Безличный пассив</p> <p>Письменная фиксация ключевых слов при прослушивании текста по теме.</p> <p>Воспроизведение текста по ключевым словам и выражениям.</p> <p>Определение принадлежности слова к той или иной части речи по порядку слов в предложении и морфологии.</p> <p>Умение написать подробный текст по плану.</p>
16	Образовательная система Германии	<p>Интонация как средство выражения модально-эмоциональных оттенков речи.</p> <p>Глагольные приставки.</p> <p>Придаточные предложения. Порядок слов в придаточном предложении. Дополнительные придаточные предложения</p> <p>Закрепление наиболее употребительной лексики, относящейся к общему языку и отражающей широкую и узкую специализацию.</p> <p>Понимание основной идеи текста.</p> <p>Развитие навыков устной монологической и диалогической речи.</p> <p>Подготовленное сообщение по теме.</p> <p>Знакомство с основными типами справочно-библиографических материалов. Газетная статья.</p> <p>Письменная фиксация ключевых слов при прослушивании и составлении плана текста.</p>
17	Берлин	<p>Понятие твердого приступа</p> <p>Суффиксы существительных женского рода.</p> <p>Сочетаемость слов.</p> <p>Инфинитив пассив, пассивное будущее время, пассив состояния, сложносочиненное предложение</p> <p>Письменная фиксация ключевых слов при прослушивании текста по теме.</p> <p>Воспроизведение текста по ключевым словам и выражениям.</p> <p>Определение принадлежности слов к той или иной части речи по порядку слов в предложении и морфологии.</p>

		Умение написать подробный текст по плану.
18	Праздники и обычаи Германии	Мелодика. Фразовое ударение. Пауза. Темп. Суффиксы среднего рода Закрепление наиболее употребительной лексики, отражающей специализацию. Придаточные предложения времени. Паузация как средство деления речевого потока на смысловые отрезки. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Понятие о типах текста. Научно-журнальная статья. Научно-популярная статья. Учебный текст. Написание оригинального письма.
19	Журналистика как наука	Интонация побудительного предложения Суффиксы существительных –er, -erin. Многозначность слов и знакомств с основными двуязычными словарями. Распространенное определение 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).
20	Известные журналисты	Ритмика (ударные и неударные слоги в потоке речи). Субстантивация инфинитива Многозначность слов. Прямое и переносное значение. Многозначность глагола lassen Письменная фиксация ключевых слов при прослушивании текста и составление вопросов к тексту. Воспроизведение текста по ключевым словам или по плану Развитие навыков ознакомительного чтения. Составление предложений с использованием ключевых слов и выражений.
21	Литература	Интонация вопросительного предложения с вопросительным словом Суффикс существительных –ung. Знакомство с терминологическими словарями и справочниками. Инфинитивные группы (um + zu+ Inf, statt + zu+ Inf, ohne + zu +Inf.) Составление плана воспринимаемого текста и его воспроизведение согласно данному плану. Повторение текста за диктором с соблюдением правильного членения предложения на синтагмы и их правильного интонационного оформления. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи. Развитие навыков беглого чтения, поисковое чтение. Составление вопросов к тексту. Написание неофициального письма.
22	Новости	Установка звуков, отсутствующих в родном языке

		<p>Наиболее употребительные суффиксы и префиксы существительных и прилагательных. Отделяемые и неотделяемые приставки.</p> <p>Стилистически нейтральная наиболее употребительная лексика</p> <p>Сильное склонение прилагательных.</p> <p>Понимание микродиалога по теме и его воспроизведение.</p> <p>Развитие навыков ознакомительного и изучающего чтения.</p> <p>Воспроизведение микродиалога по теме.</p> <p>Запись ключевых слов к тексту</p>
23	Средства массовой информации	<p>Ударение в словах</p> <p>Производные существительные с суффиксами женского рода.</p> <p>Знакомство с основными типами словарей.</p> <p>Слабое склонение существительных.</p> <p>Понимание текста на слух, составление плана, фиксация ключевых слов.</p> <p>Воспроизведение текста по плану (краткий пересказ).</p> <p>Развитие навыков просмотрового чтения.</p> <p>Умение написать краткий текст по плану.</p>
24	СМИ в Германии	<p>Мелодика немецкого предложения</p> <p>Производные существительные с суффиксами, женского рода.</p> <p>Знакомство с основными типами словарей.</p> <p>Модальные глаголы müssen, sollen, wollen, mögen</p> <p>Понимание текста на слух, составление плана, фиксация ключевых слов.</p> <p>Воспроизведение текста по плану (краткий пересказ).</p> <p>Развитие навыков просмотрового чтения.</p> <p>Умение написать краткий текст по плану.</p>
25	СМИ в России	<p>Интонация в повествовательном предложении.</p> <p>Приставка –in, суффиксы –en, -ern</p> <p>Словари: двуязычные и одноязычные: толковые, фразеологические, терминологические и т.д.</p> <p>Сильное склонение прилагательных. Сильное склонение прилагательных.</p> <p>Выделение ключевых слов и восстановление полного текста при прослушивании.</p> <p>Постановка вопросов к тексту. Развернутые ответы. Передача содержания текста с опорой на вопросы к нему.</p> <p>Развитие навыков изучающего чтения</p> <p>Умение написать краткое сообщение на произвольную тему с использованием ключевых слов и выражений.</p>
26	Наши любимые книги	<p>Интонация при перечислении однородных членов предложения</p> <p>Суффикс существительных –schaft, -haft</p> <p>Знакомство с фразеологическими словарями</p> <p>Смешанное склонение прилагательных.</p> <p>Составление плана воспринимаемого текста и его воспроизведение согласно данному плану.</p> <p>Повторение текста за диктором с соблюдением правильного членения предложения на синтагмы и их правильного интонационного оформления. Развитие навыков устной монологической и диалогической речи.</p>

		Развитие навыков беглого чтения, поисковое чтение. Составление вопросов к тексту. Написание неофициального письма
--	--	--

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК)»

Общая трудоёмкость дисциплины: 9 ЗЕТ, 324 часа.

Итоговый контроль: зачет, экзамен.

Автор-составитель: кандидат исторических наук, доцент кафедры иностранных языков Устинова Юлия Николаевна

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

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

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Русский язык и культура речи» направлен на формирование следующей **компетенции в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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 языка. Орфографические и пунктуационные правила.

УМЕТЬ:

- применять полученные знания в практической деятельности.

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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: Головачева О.А.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Мотивационный тренинг»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: : в 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Мотивационный тернинг» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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 социализирующейся личности и первичного коллектива;
4. в ориентации себя на успех, самоподдержание доминирующих мотивов деятельности и активности;

в применении приёмов самопрезентации, формирования индивидуального имиджа

5. 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
6. Психология устного выступления
7. Психологическая безопасность личности
8. Психологические основы личной эффективности
9. Психология целеполагания и планирования карьеры

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: Борисова И.В.

**Аннотация рабочей программы
учебной дисциплины
«Психология»**

1. Цель и задачи освоения дисциплины

1.1. 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.

1.2. 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

3.1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

По результатам освоения дисциплины, будущий бакалавр должен владеть частями (элементами) следующих компетенций:

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. Объём дисциплины и виды учебной работы. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел I. Введение 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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: Петухова Л.П.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Информационно-коммуникационные технологии»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель освоения учебной дисциплины:

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

1.2. Задачи освоения дисциплины

Основная цель реализуется в прагматически направленных задачах:

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

Дисциплина «Информационно-коммуникационные технологии» 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «современные информационные технологии» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

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

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.

3. 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: 2 зачетные единицы, 72 часа.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Автор-составитель:

профессор кафедры информатики и прикладной математики,

кандидат педагогических наук Е.В. Елисеева

*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 дисциплин «Безопасность жизнедеятельности», «Психология» для прохождения учебной и производственной практики.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Физическая культура и спорт» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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. ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УЧЕБНОГО ТРУДА И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. СРЕДСТВА ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В РЕГУЛИРОВАНИИ РАБОТОСПОСОБНОСТИ.

Тема 4. Гимнастика.

Тема 5. Легкая атлетика.

Тема 6. Спортивные и подвижные игры.

Тема 7. Туризм.

Тема 8. Методико-практические занятия.

Тема 9. Контрольные задания.

Тема 10. Профессионально-прикладная подготовка.

Тема 11. Соревнования.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: Цыбина Е.А

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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» направлен на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доц. Свиридонова С.В.

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 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Основы математической обработки информации» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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.

Итоговый контроль: зачёт.

Автор-составитель: преп. Тасоева Е.В.

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;
- 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;
- 6) применение на практике полученных знаний и умений в соответствии с требованиями ФГОС.

Задачи:

- 1) показать особенности мирового литературного процесса, рассмотреть основные проблемы национальной литературы разных периодов;
- 2) выявить глубинную связь литературы с отечественной и зарубежной философией;
- 3) формирование у бакалавров научного представления о литературе как социально-эстетическом феномене;
- 4) дать основополагающее представление об объектах, методах и проблемах дисциплины;
- 5) изучение определений, понятий, обозначений, утверждений дисциплины.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

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

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки: **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:

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:

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:

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.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доц. Никитина И.Н.

*Аннотация рабочей программы
учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций»*

1.1. 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).

1.2. 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 образовательной программы

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

3.1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

По результатам освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций», будущий бакалавр должен владеть частями (элементами) следующих компетенций:

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

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: Петухова Л.П.

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 у обучающихся в результате обучения в средней общеобразовательной школе, а также в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра «Основы теории коммуникации», «Русский язык и культура речи».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Стилистика языка в современных массмедиа» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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:**

- 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.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доц. Е.В.Левичева

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации» (английский)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

овладение системой иностранного языка как средством межъязыковой 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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.

Итоговый контроль: зачет

Авторы: доц. Устинова Ю.А., асс. Матсон О.О.

**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 5 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

- 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.

Итоговый контроль: 5 семестр – зачет

Автор-составитель: доцент О.М.Михалева

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Основы профессиональной риторики»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

состоит в формировании навыков, связанных с созданием коммуникационного продукта, а также осуществлении авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации и продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью риторических приёмов.

Задачи:

- 1) дать представление о предмете, основных категориях и понятиях общей риторики, ее культурно-историческом генезисе, месте в истории мировой культуры;
- 2) дать системные знания в области теории речевого воздействия;
- 3) раскрыть общие закономерности речи в условиях рекламы и связи с общественностью; особенности речевого поведения в социально-ориентированном общении; дать представление о специфике публичной речи, о специфических особенностях риторики рекламиста и специалиста по связям с общественностью;
- 4) на основе риторического анализа классических образцов и современной ораторской практики, а также текстов разных жанров сформировать у студентов навык практического использования в профессиональной деятельности средств риторики;
- 5) осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, опираясь на знание основ профриторики;

б) создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, основываясь на знаниях профриторики.

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 дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате обучения в средней общеобразовательной школе и в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра «Русский язык и культура речи», «Психология». Современная общая риторика является теоретической основой креативных публичных речей и рекламы, таким образом, она теснейшим образом связана с дисциплиной «Основы рекламы и PR».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Основы профессиональной риторики» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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:

- теоретические основы профессиональной риторики;
- отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, составленных по риторическому канону; особенности текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов, основанных на риторическом каноне и «чёрной» риторике (манипулятивных речевых технологиях).
- **УМЕТЬ:**
- создавать на русском и иностранном языке(ах) ораторские выступления научного и официально-делового стилей речи; выбирать на русском и иностранном (ых) языке (ах) коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами;
- выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ, опираясь на риторический канон, риторические приёмы и средства; осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка, построенных по риторическому канону и «чёрной» риторике (манипулятивных речевых технологиях).

ВЛАДЕТЬ:

- навыками устной и письменной видов коммуникации; представлением результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных риторических технологий;
- приемами создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в

соответствии с нормами русского языка, созданных по риторическому канону, а также «черной» риторики (манипулятивных речевых технологиях).

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Риторика как наука об эффективном речевом воздействии. Роль риторики в деятельности журналиста.

Тема 2. Основные этапы развития западноевропейской риторики.

Тема 3. Развитие риторических традиций в России.

Тема 4. Понятие о черной риторике.

Тема 5. Эффективность коммуникации. Законы современной общей риторики.

Тема 6. Открытая аудитория, ее особенности и коммуникативные возможности.

Тема 7. Публичная коммуникация, ее виды.

Тема 8. Методика подготовки к выступлению.

Тема 9. Структура ораторской речи.

Тема 10. Топика. Развертывание темы речи.

Тема 11. Логические основы речи.

Тема 12. Техника речи.

Тема 13. Взаимодействие оратора и слушателей. Приемы поддержания внимания аудитории.

Тема 14. Изобразительно-выразительные средства в речи.

Тема 15. Основы полемического мастерства. Публичные дебаты.

Тема 16. Мастерство беседы.

Тема 17. Риторика массовых коммуникаций.

Тема 18. Подготовка публичных выступлений различных жанров (информационное выступление, рекламное выступление, протокольно-этикетное выступление).

Тема 19. Деловое общение, деловой этикет.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 5 з.е.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доц. Левичева Е.В.

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 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.

В курсе основ теории коммуникации формируется ряд значимых компетенций, которые оказывают важное влияние на качество подготовки выпускников

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Основы теории коммуникации» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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 коммуникации.
17. Межкультурная коммуникация.
18. Особенности маркетинговых коммуникаций.

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 5 з.е.

Итоговый контроль: экзамен

Автор-составитель: доц. Алексютина О.А.

*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;
- учитывать основные характеристики 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Основы рекламы и PR» направлен на формирование следующей **компетенции в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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

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.

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.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доц. О.А.Алексютина.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ И PR»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «История рекламы и PR» 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.

Основная цель курса реализуется в следующих задачах:

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

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. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

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 студент 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 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. Общая трудоемкость дисциплины

Для бакалавров очной формы обучения трудоемкость дисциплины составляет 108 часов (3 зачетных единицы). Форма итогового контроля: зачет.

Автор-составитель: доцент кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций, кандидат экономических наук Якубенко Е.Н.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Теория и практика рекламы»

1.1. 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 ВО

Дисциплина 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. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

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.

В результате освоения дисциплины студент 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 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. Общая трудоемкость дисциплины

Для бакалавров очной формы обучения трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Форма итогового контроля: зачет.

Автор-составитель: ст. преподаватель А.Н.Волга

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Теория и практика медиакоммуникаций»

1.1. 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 медиакоммуникаций.
- Познакомить студентов с терминологией, теорией и практикой медиакоммуникаций;
- Сформировать у студентов представление о системных закономерностях, характеризующих сферу медиакоммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

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. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

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.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

специфику этапов развития общественных и государственных институтов, а также тенденции развития сферы медиакоммуникаций.

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 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. Общая трудоемкость дисциплины

Для бакалавров очной формы обучения трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

Форма итогового контроля: экзамен.

Автор-составитель: доц. Волконский Ю.К.

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

Цель дисциплины: 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.

Задачами изучения дисциплины являются:

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 ВО

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. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

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.

ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

основные отличительные особенности медиатекстов;
основные типы рекламных текстов;
основной функционал менеджера;

Уметь:

выявлять отличительные особенности медиа-текстов;
осуществлять подготовку текстов;
определять форматы информационных поводов;
планировать мероприятия;

Владеть:

приемами создания текстов рекламы;
способностью создавать сценарии;
нормами организации внутренних коммуникаций.

4. Содержание 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. Общая трудоемкость дисциплины

Трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц.

Форма итогового контроля: экзамен.

Автор-составитель: ст. преподаватель А.Н.Волга

*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, познакомиться 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ
ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс изучения дисциплины «Создание медийного текста» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доц. Алексютин О.А.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

1. Цели и задачи освоения 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 рилейшнз как инструментов ИМК: цели, задачи, функции, виды.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

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».

В курсе интегрированных коммуникаций формируется ряд значимых компетенций, которые оказывают важное влияние на качество подготовки выпускников.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

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

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 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 PR. Реклама и PR 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 PR-кампании. Маркетинговые и рекламные стратегии. Технология имиджмейкинга организации: позиционирование компании на рынке.

5. Трудоемкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины: 8 з.е.

Итоговый контроль: экзамен

Автор-составитель: доцент О.А.Алексютина

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Сквозные цифровые технологии в рекламе и PR»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

- овладение современными сквозными цифровыми технологиями для работы в сфере рекламы и связей с общественностью.

1.2. 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. 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 медиакоммуникаций», «Информационно-коммуникационные технологии».

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

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

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.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- историю и основные понятия информационных технологий и сети Интернет процесс рекламной деятельности,

- основы обработки векторной и растровой графики,
- основы создания и функционирования веб-сайтов,
- закономерности, принципы построения и функционирования современных цифровых устройств, платформы и программного обеспечения

УМЕТЬ:

- правильно отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности,
- правильно применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов,
- создавать растровые и векторные графические изображения.
- создавать веб-сайты с помощью конструктора

ВЛАДЕТЬ:

- навыками разработки мультимедийного контента.
- навыками использования основных сервисов сети Интернет
- навыками разработки растровых и векторных изображений
- навыками создания и функционирования веб-сайтов с помощью конструкторов
- навыками работы с 3D-принтером и системами виртуальной реальности.

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 з.е.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: проф. Лагерев И.А.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Современная пресс-служба»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. 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.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- 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 образовательной программы

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 дисциплины «Основы рекламы и PR», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

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.

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 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,

коммунике, 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: 4 з.е.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доц. О.А.Алексютина.

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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

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

ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

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.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доц. Волконский Ю.К.

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

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» 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, регулиующую рекламную и PR-деятельность.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП. Курс является обязательным для освоения в 5 семестре. Учебная дисциплина связана с другими модулями учебного плана: «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Основы теории коммуникации», «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

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 бакалавр 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.

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.

4. Общая трудоемкость дисциплины

144 часа (4 зачетных единицы).

Форма итогового контроля: экзамен.

Автор-составитель: доцент Ю. К. Волконский.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» 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 другими модулями учебного плана: «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Основы теории коммуникации», «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей **компетенции в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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

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

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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доц. Волконский Ю.К.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования» 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;
- изучить способы возможного использования методов лоббирования в системе продвижения интересов коммерческих структур и обозначить тенденции в данной области.

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, 8 семестрах. Учебная дисциплина связана с другими модулями учебного плана: «Основы рекламы и PR», «Основы теории коммуникации», «Консалтинг в сфере рекламы и PR».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей **компетенции в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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 некорпоративизма.

- 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: 7 з. е.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доц. Волконский Ю.К.

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 модулями учебного плана: «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Основы теории коммуникации», «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

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 норм, 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: 3 з. е.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доц. Волконский Ю.К.

**АННОТАЦИИ ПРОГРАММ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере**

КВАЛИФИКАЦИЯ: бакалавр

часть, формируемая участниками образовательных отношений

*Аннотация рабочей программы
учебной дисциплины «Технологии создания рекламного продукта»*

1. Цели и задачи освоения дисциплины

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

1.2. 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 ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является обязательной для освоения дисциплиной в 4 семестре.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

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

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 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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доцент О.А.Алексютина

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

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Технологии разработки и проведения коммуникационных кампаний» 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 медиакommunikаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является обязательной для освоения дисциплиной в 5, 6 семестрах.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

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.

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 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.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доцент Ю.К.Волконский.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «BTL-технологии в сфере профессиональной коммуникации»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель данного курса - сформировать у студента понимание процессов планирования и проведения рекламной кампании.

Задачи дисциплины:

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является обязательной для освоения дисциплиной в 6 семестре.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

ПК-1 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;

ПК - 4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

основные типы рекламных текстов ;

-правила и приемы управления ВТЛ-технологиями;

-основные инструменты ВТЛ;

уметь:

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

определять форматы информационных поводов ;

- подготовить специальные мероприятия и провести их.

владеть:

нормами организации внутренних коммуникаций;

-инструментами ВТЛ;

-способами оценки эффективности ВТЛ -мероприятий;

4. Содержание дисциплины

ВТЛ-технологии: предпосылки развития, характеристика.

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

Инструменты ВТЛ. Основные характеристики, особенности использования. Возможности интеграции инструментов.

Стимулирование сбыта как ВТЛ-инструмент.

Прямой маркетинг и особенности его организации.

Трейд-маркетинг.

Партизанский маркетинг: особенности определения и специфика инструмента.

Событийный маркетинг.

Оценка эффективности ВТЛ-коммуникации.

5. Трудоемкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з.е.

Итоговый контроль: экзамен.
Автор-составитель: ст. преп. А.Н.Волга.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Копирайтинг»

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

1.2. 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 образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является обязательной для освоения дисциплиной в 6 семестре.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

ПК - 1 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

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 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-образительные средства. Тропы (сравнение, метафора, оксюморон, гиперболола, литота и др.) и фигуры (анафора, эпитифора, 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: 5 з.е.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доцент О.А.Алексютина

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

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

1.2. 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 образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является обязательной для освоения дисциплиной в 7 семестре.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

ПК - 1 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

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 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: 3 з.е.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доцент О.А.Алексютина

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Продвижение рекламного продукта в социальных сетях»

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

1.2. 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 образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является обязательной для освоения дисциплиной в 7 семестре.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

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

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 дисциплины

Основные термины и понятия в блогах и социальных сетях.

Ресурсы SMM.

Анализ успешных кампании 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: 4 з.е.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доцент Е.Н.Якубенко

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

Цель – правильный сбор и обработка информации, а также знакомство и приобретение навыков в области поиска, подготовки и использования аудио- и видеоматериалов, и естественно 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 так же 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 «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Технические средства массмедиа и компьютерный дизайн» направлен на формирование следующей **компетенции в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учётом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

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

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: 5 з.е.

Итоговый контроль: зачет, экзамен.

Автор-составитель: доц. Якубенко Е.Н.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Технологии презентации рекламного продукта»

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

1.2. 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 образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является обязательной для освоения дисциплиной в 8 семестре.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

ПК - 1 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

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 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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доцент О.А.Алексютина

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

1.1. 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 образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является обязательной для освоения дисциплиной в 8 семестре.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

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.

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 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: 4 з.е.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доцент Е.Н.Якубенко

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Фото-, видеореклама»

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

1.2. 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 образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является дисциплиной по выбору для освоения в 5 семестре.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

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

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 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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доц. Е.Н.Якубенко

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Графический дизайн в печатной рекламе»

1. **1.1. Цель освоения дисциплины:** Дать студентам основы теоретических знаний в области зрительного восприятия формы и пространства, цветоведения и композиции;

2. Изучить основы типографического дизайна;

3. Изучить современные средства визуальной рекламы

4. Получить практические навыки в работе с программами компьютерной графики, применяемыми в графическом дизайне.

1.2. 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 образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является дисциплиной по выбору для освоения в 5 семестре.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

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

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 дисциплины

Графический дизайн: социокультурные основания и специфика.

Цвет в графическом дизайне. Функции цвета в рекламе.

Дизайн рекламы: проектный процесс

Дизайн-разработка графики печатной рекламы

5. Трудоемкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины: 2 з.е.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: ст. преп. А.Н.Волга

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

1.1. Цель освоения дисциплины: является 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 образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является дисциплиной по выбору для освоения в 6 семестре.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

ПК - 1 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

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 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 ПР 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. Продукт-плейсмент как инструмент изменения стереотипов и оценок деятельности НКО в России.

5. Трудоемкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины: 3 з.е.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доцент О.А.Алексютина

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «БРЕНДИНГ и PR в ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ»

1. Цель и задачи освоения учебной дисциплины

Целями освоения дисциплины является комплексное изучение технологий брендинга и PR в экономической сфере.

Задачи:

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

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является элективной для освоения дисциплиной в 6 семестре.

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

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

ПК - 1 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

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

Уметь: использовать PR-технологии в системе продвижения

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 pr-исследованиях

Раздел 2. Брендинг и PR в системе продвижения

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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доцент О.А.Алексютина

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Медиапланирование»

1. Цель 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 образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», является элективной для освоения дисциплиной 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. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

ПК - 3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

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. Масс-медиа в структуре современной общественной жизни.
4. Планирование использования информационных каналов в рекламе (медиапланирование).

5. Трудоемкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины: 4 з.е.
Итоговый контроль: экзамен.
Автор-составитель: доцент Е.Н.Якубенко

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Современные медиасистемы»

1. Цели и задачи освоения 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 ВО

Дисциплина относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений, входит в модуль «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере». Дисциплина является элективной, изучается 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. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

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 аудиторией;
- проводить анализ материалов СМИ;

Владеть:

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

4. Содержание 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: 4 з.е.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доцент О.А.Алексютина

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Основы маркетинга»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Цели и задачи освоения 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 образовательной программы

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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

ПК- 3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

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 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.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доцент В.В. Силаева.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Основы брендинга»

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

1.2. 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 образовательной программы

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. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

ПК - 3 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

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 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.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доцент О.А.Алексютина

**Аннотация рабочей программы
учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в
бизнес-коммуникациях»**

1. Цель 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 образовательной программы

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. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

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.

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.

Итоговый контроль: экзамен.

Автор-составитель: доцент Е.Н. Якубенко.

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

1. Цель и задачи освоения учебной дисциплины

Целью освоения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является 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 образовательной программы

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. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

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

ПК - 4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

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: 3 з.е.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доцент Е.Н. Якубенко.

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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Общая физическая подготовка» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доц. Цыбина Е.А.

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.

Освоение дисциплины «Спортивные игры» является необходимой основой для прохождения учебной и производственной практики.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Спортивные игры» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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

СПОРТ. 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.

Итоговый контроль: зачеты.

Автор-составитель: доц. Цыбина Е.А.

*Аннотация рабочей программы
факультатива «Реклама и PR в коммуникационном процессе»*

1. Цели и задачи освоения 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 ВО

Дисциплина относится к факультативам. 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. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению:

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 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.

Итоговый контроль: зачет.

Автор-составитель: доцент О.А.Алексютина

*Аннотация рабочей программы
учебной дисциплины «Противодействие коррупции»*

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины заключается в получении знаний о проблемах коррупции в российском и международном контексте, теоретических и практических подходах к противодействию коррупции, способах и методах разработки стратегии противодействия коррупции и возможностях ее применения.

Задачи изучения дисциплины:

Основными задачами изучения дисциплины являются:
получение теоретических и практических знаний в области международного и национального законодательства, регулирующих противодействие коррупции;
приобретение знаний о формировании стратегии противодействия коррупции;
ознакомление с практическим опытом выявления, предупреждения и пресечения нарушений законодательства Российской Федерации, связанных с коррупционной составляющей;
формирование умений распознавать коррупцию как элемент социально-политической жизни общества в международном и национальном контексте.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Учебная дисциплина «Противодействие коррупции» является факультативной и изучается в 8 семестре. Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра: «Психология массовых коммуникаций», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Противодействие коррупции» направлен на формирование следующих **компетенций в соответствии с ФГОС ВО** по данному направлению подготовки:

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

системный метод исследования и моделирования административных процессов и процедур в сфере антикоррупционной политики и профилактики коррупции;
основное нормативно-правовое обеспечение сферы антикоррупционной политики.

УМЕТЬ:

осуществлять системное исследование и разрабатывать обоснование применения технологий моделирования административных процедур; проектировать методы и способы распознавания ситуаций конфликта интересов;

осуществлять профилактику, предупреждение правонарушений, коррупционных проявлений, выявлять и устранять причины и условия, способствующие их совершению.

ВЛАДЕТЬ НАВЫКАМИ:

навыками по исследованию деятельности органов государственного и муниципального управления по обеспечению приоритета прав и свобод человека, предотвращению коррупции;

приемами и методами выявления, устранения и пресечения коррупционных проявлений

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Противодействие коррупции: понятие, сущность, структура

Коррупция и противодействие ей в мировой практике

Правовые основы противодействия коррупции

Характеристика правонарушений коррупционной направленности и ответственность за их совершение

Субъекты противодействия коррупции

5. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины: 1 з.е.

Итоговый контроль: зачёт.

Автор-составитель: профессор О.В.Бабич