

**Аннотации рабочих программ дисциплин  
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**2015 год начала подготовки**

**Аннотации дисциплин базовой части учебного цикла Б.1**

**Б1.Б Базовая часть**

**Б1.Б.1 История**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цель:**

• расширение и углубление знаний студентов в области отечественной и мировой истории, развитие аналитического мышления, навыков публичных выступлений и дискуссий;

**Задачи:**

- углубление и систематизация исторических знаний, полученных в средней школе;
- знание студентами основных фактов и процессов отечественной истории в их взаимосвязи и взаимообусловленности, в исторической последовательности;
- понимание основных закономерностей исторического развития на примере истории нашего Отечества;
- уметь применять анализ исторического развития нашей страны для понимания процессов современного этапа её истории;
- развивать историческое и политическое мышление будущего специалиста в области социально-политических коммуникаций как полноправного и компетентного члена общества, повышать уровень политической культуры и социальной ответственности для формирования развитой личности, компетентного гражданина страны и высокопрофессионального специалиста;
- подготовка студентов к личностной ориентации в современном мире, к свободному выбору своих мировоззренческих позиций и развитию творческих способностей;
- обучение студентов самостоятельности и критичности при оценке различных интерпретаций событий отечественной истории.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-2** - способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- 1) основные закономерности и этапы исторического развития общества, роль России в истории человечества и на современном этапе;
- 2) место исторической науки в системе гуманитарных наук, главные этапы истории России и их хронологию; основные исторические факты, события, даты, имена и характеристики исторических деятелей; специфические особенности российской истории; основные исторические источники, труды классиков отечественной историографии, содержание научных проблем и дискуссий, версий и концепций в современной исторической науке;

3) методы и приемы исторического анализа, принципы ведения дискуссий в условиях плюрализма мнений.

**Уметь:**

- 1) грамотно и самостоятельно анализировать и оценивать историю и политическую ситуацию в России и за ее пределами, осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом результатов этого анализа;
- 2) работать с историческими источниками, учебно-методической литературой; определять сущность исторических событий и явлений, раскрывать тенденции, динамику их развития, соотносить их с основными вехами всемирной истории; давать экономическую, политическую, социальную и культурологическую характеристику общества в разные временные периоды; свободно оперировать историческими знаниями, нахождения причинно-следственных связей, проведения сравнений и параллелей, рассмотрения исторических событий с учётом хронологической последовательности, обнаружения их актуальности и связи с современными проблемами.

**Владеть:**

- 1) навыками изложения самостоятельной точки зрения по историческим и политическим вопросам, логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий.
- 2) культурой мышления, способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- 3) картографическими знаниями и умением использовать их для анализа геополитической ситуации в разные временные отрезки истории; опытом оценки исторических явлений и персоналий, умением определять своё личностное отношение к ним, обосновывать собственные оценки и суждения.

**Содержание дисциплины:** Теория и методология исторической науки. Древняя Русь и социально-политические. Изменения в русских землях в XIII - сер. XV вв. Образование и развитие Московского государства. Российская империя в XVIII - I пол. XIX вв. Российская империя во II половине XIX - начале XX вв. Россия в условиях войн и революций (1914-1922 гг.). СССР в 1922-1953 гг. СССР в 1953-1991 гг. Становление новой российской государственности (1992-1999 гг.).

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 144 час., 4 з.е.

## **Б1.Б.2 Философия**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цель:** освоение достижений всего спектра мировой философской мысли, выявления настоящей потребности возрождения традиций самобытных, философских исканий, присущих российской духовности и выполняющих смыслообразующую миссию в развитии отечественной культуры, формирование теоретического взгляда на мир с позиции активного существа, осознающего как самого себя, так и то, с чем ему приходится взаимодействовать.

**Задачи:**

- дать студентам систему философских знаний;
- научить ориентироваться в истории философии;
- проследить в многообразии и постоянном обновлении взглядов философов единства, воспроизведение, дальнейшую переработку «вечных» тем;

- привить навыки определения общего характера концепций, различения типа философских позиций;
- развить способность самостоятельного анализа и осмысления принципиальных вопросов мировоззрения.

#### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-1 – способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции.

*В результате изучения дисциплины студент должен:*

#### **Знать:**

- предмет философии, основные философские принципы, законы, категории, а также их содержание и взаимосвязи;
- мировоззренческие и методологические основы **философских знаний**;
- роль философии в формировании ценностных ориентаций в профессиональной деятельности;

#### **Уметь:**

- ориентироваться в системе философского знания как целостного представления об основах мироздания и перспективах развития планетарного социума;
- понимать характерные особенности современного этапа развития философии;
- находить эффективные организационно - управленческие решения;

#### **Владеть:**

- навыками философского анализа различных типов мировоззрения, использования различных философских методов для анализа тенденций развития современного общества, философско-правового анализа;
- необходимыми навыками профессионального общения, навыками постановки и эффективного и грамотного выполнения конструктивно технических, творческих, эстетических, инновационных задач; целей и их достижения, исходя из интересов различных субъектов и с учетом непосредственных и отдаленных результатов.

**Содержание дисциплины:** Философия, ее предмет и роль в обществе. Философия в системе культуры. Основные этапы исторического развития философии. Философия Древнего Востока. Античная философия: этапы становления, характерные черты. Философия средневековья и Возрождения: периодизация, характерные черты. Философия Нового времени и «просвещение»: общая характеристика. «Европейская философия XIX – XXI вв.»: общая характеристика. Русская философия: основные этапы развития и характерные черты. Философское учение о бытии (онтология). Философское учение о познании (гносеология). Проблема познаваемости мира. Философская теория развития мира. Идея развития и ее исторические изменения. Учение о человеке в философии (философская антропология. Философский анализ общества (социальная философия): общество, культура, цивилизация. Философское осмысление глобальных проблем современности. Философия науки и техники.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

### **Б1.Б.3 Иностранный язык**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель:** формирование межкультурной коммуникативной профессионально-ориентированной компетенции, которая представлена перечнем взаимосвязанных и взаимозависимых компетенций, представленных в формате умений.

**Задачи:** дисциплины состоят в последовательном овладении студентами совокупностью компетенций, основными из которых являются:

- 1) коммуникативная компетенция,
- 2) прагматическая компетенция, т.е. способность понимать и порождать иноязычный дискурс с учетом культурно обусловленных различий;
- 3) общая компетенция, включающую наряду со знаниями о стране и мире об особенностях языковой системы также и способность расширять и совершенствовать собственную картину мира, ориентироваться в медийных источниках информации;
- 4) когнитивная компетенция, т.е. способность планировать цели, ход и результаты образовательной и исследовательской деятельности, использовать опыт изучения родного и других языков, самостоятельно раскрывать закономерности их функционирования, пользоваться поисково-аналитическими умениями;
- 5) межкультурная компетенция, т.е. способность достичь взаимопонимания в межкультурных контактах. Используя весь арсенал умений для реализации коммуникативного намерения;
- 6) компенсаторная компетенция, т.е. способность избежать недопонимания, преодолеть коммуникативный барьер/сбой за счет использования известных речевых и метаязыковых средств;
- 7) профессиональная компетенция, т.е. способность осуществлять деловое и официальное общение в профессиональной среде в стране и за рубежом.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- культурно-специфические особенности менталитета, представлений, установок, ценностей представителей инокультуры (в сравнении с родной);
- основные факты, реалии, имена, достопримечательности, традиции родной страны и страны изучаемого языка;
- достижения, открытия, события из области истории, культуры, политики, социальной жизни родной страны и страны изучаемого языка;
- основные особенности зарубежной системы образования в области избранной профессии (в сравнении с родной страной) ;
- достоинства и недостатки развития мировой экономической/производственной сферы;
- основные фонетические, лексико-грамматические, стилистические особенности изучаемого языка и его отличие от родного языка;
- особенности собственного стиля учения/овладения предметными знаниями;
- поведенческие модели и сложившуюся картину мира носителей языка;
- важнейшие параметры языка конкретной специальности;
- основные различия письменной и устной речи.

**Уметь:**

- порождать адекватные в условиях конкретной ситуации общения устные и письменные тексты;
- реализовать коммуникативное намерение с целью воздействия на партнера по общению;
- адекватно понимать и интерпретировать смысл и намерение автора при восприятии устных и письменных аутентичных текстов;
- выявлять сходство и различия в системах родного и иностранного языка;

- проявлять толерантность, эмпатию, открытость и дружелюбие при общении с представителями другой культуры;
- предупреждать возникновение стереотипов, предубеждений по отношению к собственной культуре;
- идентифицировать языковые региональные различия в изучаемом языке;
- выступать в роли медиатора культур.

**Владеть:**

- межкультурной коммуникативной компетенцией: навыками устной коммуникации (нормативным произношением и ритмом речи) и применять их для общения на темы бытового, учебного и общенаучного общения;
- социокультурной компетенцией для успешного взаимопонимания в условиях общения с представителями другой культуры;
- базовой грамматикой и основными грамматическими явлениями, характерными для общенаучной речи;
- знаниями о родной стране и стране изучаемого языка;
- основами публичной речи – делать подготовленные сообщения;
- основными навыками письменной коммуникации, необходимыми для ведения переписки в личных, учебных и профессиональных целях и письменной аргументации собственной точки зрения;
- когнитивными стратегиями для автономного изучения иностранного языка: самостоятельно углублять и совершенствовать полученные знания и умения в профессиональной деятельности;
- интернет-технологиями для выбора оптимального режима получения информации;
- презентационными технологиями для предъявления информации;
- исследовательскими технологиями для выполнения проектных заданий.

**Содержание дисциплины:** Для обучения иностранному языку в качестве основных сфер общения выделяют бытовую, учебно-познавательную, социально-культурную и профессиональную сферы, которые определяют выбор тем для устно-речевого общения и материалов для чтения и обсуждения. Лингвистический материал. Фонетико-орфографический материал. Грамматический материал. Морфология. Синтаксис. Основные правила словообразования и формоизменения. Лексический материал: Наиболее распространенные языковые средства выражения коммуникативно-речевых функций. Общеупотребительные речевые единицы. Лексические и фразеологические явления. Безэквивалентная и фоновая лексика. Заимствования. Многокомпонентные слова и выражения. Фразовые глаголы. Фразеологизмы. Лексическая вариативность. Основные и отраслевые двуязычные

**Форма контроля:** зачет (1, 2 семестры 1 курса, 3 семестр 2 курса), экзамен (4 семестр 2 курса)

**Общая трудоемкость дисциплины:** 432 час., 12 з.е.

#### **Б1.Б.4 Русский язык и культура речи**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Основная цель** данного учебного предмета – качественно повысить уровень речевой культуры; развить навыки эффективного речевого поведения в различных ситуациях общения; расширить общегуманитарный кругозор.

**Образовательные задачи курса** определяются поставленной целью и состоят в том, чтобы активизировать речевую деятельность студентов и повысить уровень их речевой культуры:

1) дать представление об основных свойствах языковой системы, о законах функционирования русского литературного языка и современных тенденциях его

развития; обогатить представления о языке как важнейшей составляющей духовного богатства народа;

2) познакомить с системой норм русского языка и совершенствовать навыки правильной речи (устной и письменной);

3) показать богатые выразительные возможности русского языка;

4) выработать навыки создания точной, логичной, выразительной речи;

5) сформировать умение организовать свою речевую деятельность языковыми средствами и способами, адекватными ситуациям общения; научить умелому использованию приемов оптимизации всех видов речевой деятельности;

6) выработать у студентов умение четко разграничивать стили языка и речи, правильно и целесообразно оперировать стилистическими средствами русского языка;

7) выработать навыки речевого оформления официально-деловых документов разного вида;

8) расширить активный словарный и фразеологический запас студентов; развить лингвистическое мышление и коммуникативную культуру;

9) научить пользоваться различными нормативными словарями и справочниками, отражающими проблемы культуры речи.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-5** - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

**ОПК-3** - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- теоретический материал в объеме учебной программы по курсу;
- этические нормы речевого поведения.

#### ***Уметь:***

- ориентироваться в ситуации общения;
- выбирать в соответствии с нормами литературного языка целесообразные и эффективные речевые средства;
- составлять связные, правильно построенные тексты (в устной и письменной форме) на разные темы в соответствии с коммуникативными качествами «хорошей» речи;
- строить свою речь в соответствии с коммуникативными намерениями и ситуацией общения;
- продуцировать профессионально значимые тексты;
- анализировать свою и чужую речь;
- использовать различные словари русского языка и справочную литературу по культуре речи;
- выявлять и исправлять речевые ошибки в книжной и разговорной речи.

#### ***Владеть:***

- системой достаточных знаний по всем уровням языка: фонетическому (орфоэпия, акцентология), лексическому (выбор слова, сочетаемость слов и т.п.), грамматическому (словообразование, морфология, синтаксис), стилистическому;
- навыками речевого общения в различных сферах.

**Содержание дисциплины:** Культура речи. Понятие о литературном языке, нелитературных вариантах языка, норме, культуре речи. Речевое взаимодействие.

Основные единицы общения. Устная и письменная разновидности литературного языка. Нормативный, коммуникативный, этический аспекты культуры устной и письменной речи. Нормы литературного языка: орфоэпические, морфологические, синтаксические, лексические; орфографические и пунктуационные. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения. Стилистика. Функциональные стили современного русского языка. Взаимодействие функциональных стилей. Официально-деловой стиль, сфера его функционирования, жанровое разнообразие. Языковые формулы официальных документов. Приемы унификации языка служебных документов. Интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи. Язык и стиль распорядительных документов. Язык и стиль коммерческой корреспонденции. Язык и стиль инструктивно-методических документов. Правила оформления документов. Речевой этикет в документе. Жанровая дифференциация, отбор языковых средств в публицистическом стиле. Средства языкового воздействия. Место и специфика языка рекламы. Научный стиль. Специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Речи нормы учебной и научной сфер деятельности. Разговорная речь в системе функциональных разновидностей русского литературного языка. Условия функционирования разговорной речи, роль внеязыковых факторов. Язык художественной литературы. Основы ораторского искусства. Особенности устной публичной речи. Подготовка речи: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развертывание и завершение речи. Основные приемы поиска материала и виды вспомогательных материалов. Основные виды аргументов. Словесное оформление публичного выступления. Доступность, информативность и выразительность публичной речи.

**Форма контроля** – зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

## **Б1.Б.5 Психология**

### **Цели и задачи дисциплины:**

Основная цель данного учебного предмета – создать условия для формирования у будущих профессионалов навыков конструктивного взаимодействия в коллективе, коммуникативной компетентности, уважительного отношения к ценностям и особенностям других людей и социальных групп, способностей к самоорганизации и самообразованию.

Образовательные задачи курса определяются поставленной целью и состоят в том, чтобы активизировать речевую деятельность студентов и повысить уровень их речевой культуры:

- ✓ познакомить с основами психологии общения;
- ✓ сформировать навыки конструктивного взаимодействия в процессе совместной деятельности;
- ✓ сформировать навыки делового общения и применения психологических знаний в учебно-профессиональной деятельности и повседневной жизни;
- ✓ создать условия для формирования социальной и профессиональной рефлексии;
- ✓ мотивации к самопознанию, самоорганизации и саморазвитию.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-6** - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

**ПК-3** - владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

В результате изучения дисциплины студент должен:

***Знать:***

- основы теории и практики психологических исследований;
- основные научные понятия в области психологии; научные представления о массовом сознании, психических процессах и состояниях;
- специфику функционирования психических процессов и состояний; основные особенности психологии пропаганды, рекламного воздействия, слухов, моды и творчества в коммуникационных процессах;
- суть и значение психологии в развитии современного общества.

***Уметь:***

- анализировать социально-значимые проблемы и процессы с точки зрения психологии;
- анализировать коммуникационные процессы и технологии с точки зрения основных моделей МК;
- анализировать эффективность массовой коммуникации;
- грамотно использовать результаты психологических исследований при планировании и проведении коммуникационных кампаний;
- собирать и анализировать информацию при проведении психологических исследований в области рекламы и связей с общественностью.

***Владеть:***

- опытом использования методов психологии при решении социальных и профессиональных задач;
- навыками применения инструментария, приемов и технологий в области психологии; опытом анализа массовых коммуникаций;
- базовыми навыками общения, установления и поддержания коммуникаций в различных сферах общения

**Содержание дисциплины: Понятие и структура общения.**

**Перцептивная сторона общения.** Коммуникативная сторона общения. Интерактивная сторона общения. Управление поведением в конфликтной ситуации. Деловое общение в профессиональной деятельности. Проявление в общении темперамента и характера. Саморегуляция и общение. Развитие стрессоустойчивости. Я-концепция и общение. Развитие компетентности в общении.

**Форма контроля** – экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

## **Б1.Б.6 Социология**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Основная цель** данного учебного предмета – качественно повысить уровень речевой культуры; развить навыки эффективного речевого поведения в различных ситуациях общения; расширить общегуманитарный кругозор.

**Образовательные задачи курса** определяются поставленной целью и состоят в том, чтобы активизировать речевую деятельность студентов и повысить уровень их речевой культуры:

- 1) дать представление об основных свойствах языковой системы, о законах функционирования русского литературного языка и современных тенденциях его развития; обогатить представления о языке как важнейшей составляющей духовного богатства народа;
- 2) познакомить с системой норм русского языка и совершенствовать навыки правильной речи (устной и письменной);
- 3) показать богатые выразительные возможности русского языка;
- 4) выработать навыки создания точной, логичной, выразительной речи;



5) сформировать умение организовать свою речевую деятельность языковыми средствами и способами, адекватными ситуациям общения; научить умелому использованию приемов оптимизации всех видов речевой деятельности;

6) выработать у студентов умение четко разграничивать стили языка и речи, правильно и целесообразно оперировать стилистическими средствами русского языка;

7) выработать навыки речевого оформления официально-деловых документов разного вида;

8) расширить активный словарный и фразеологический запас студентов; развить лингвистическое мышление и коммуникативную культуру;

9) научить пользоваться различными нормативными словарями и справочниками, отражающими проблемы культуры речи.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-2** - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- социальную специфику развития общества, закономерности становления и развития социальных систем, общностей, групп, личностей;
- основные теории, понятия и модели социологии;
- типологию, основные источники возникновения и развития массовых социальных движений, формы социальных взаимодействий, факторы социального развития, типы и структуры социальных организаций;

#### ***Уметь:***

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности, корректно использовать в своей деятельности профессиональную лексику;
- анализировать состояние социальной среды, в которой реализуются управленческие процессы, ее составляющие и факторы;
- применять современные социальные технологии для реализации управленческих процессов в обществе и его различных подсистемах;
- ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;

#### ***Владеть:***

- навыками целостного подхода к анализу проблем общества;
- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении;
- качественными и количественными методами социологических исследований.

**Содержание дисциплины:** Введение в социологию. Классические и современные социологические теории. Русская социологическая мысль. Социальная структура. Социальная стратификация. Взаимодействие экономики, социальных отношений и культуры: семья, образование, религия, экономическая и политическая системы – как основные социальные институты. Социальные аспекты развития рынка. Личность как социальный тип и деятельностный субъект. Социализация. Девиация и социальный контроль. Социальные изменения и социальный прогресс. Россия в мировом сообществе. Социологическое исследование.

**Форма контроля** – зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 144 час., 4 з.е.

## **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель курса:** помочь студенту определить мировоззренческие ориентиры, ценностные установки, необходимые в процессе формирования его личности. Для этого изучается культура – искусственный мир, созданный человеком на основе мира природы, специфика и особенности этого вида деятельности, а также объективные закономерности общечеловеческого и национальных культурных процессов, памятники, явления и события материальной и духовной жизни людей.

### **Задачи:**

- дать базовые знания, необходимые для умения анализировать социально значимые проблемы и процессы;
- изучить предпосылки и факторы, под влиянием которых формируются и развиваются культурные интересы и потребности людей, исследовать их участие в создании, приумножении, сохранении и передаче культурных ценностей;
- выработать способность применять на практике полученные знания в социокультурной сфере, использовать их для принятия решений в своей профессиональной деятельности.

## **Планируемые результаты освоения основной образовательной программы:**

**ОК-6** - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

### ***Знать:***

- основные понятия и категории культурологии, структуру и функции культурологического знания, а также методы культурологического исследования;
- место культурологии в системе наук;
- основные направления в культурологии и их представителей;
- формы и типы культур, основные культурно-исторические центры мира, закономерности их функционирования и развития;
- место и роль России в мировой культуре;
- тенденции культурной универсализации в мировом современном процессе;
- связи культуры с природой, обществом и человеком, процессы инкультурации и социализации.

### ***Уметь:***

- анализировать процессы и тенденции современной социокультурной среды, применять в профессиональной и других видах деятельности базовые понятия, знания и закономерности осмысления социокультурных процессов, использовать знания культурологии в профессиональной деятельности;
- совершенствовать свои взгляды и убеждения, переносить их в область материально-практической деятельности.

### ***Владеть:***

- методами культурологических исследований, приемами и методами анализа проблем общества;
- основами деловой и межкультурной коммуникации, быть способным к диалогу как способу отношения к культуре и обществу.

## **Содержание курса**

Культурология как наука. Место культурологии в системе наук. Структура культурологии. Предмет и методы культурологии. Историческое развитие представлений о культуре. Современные представления о культуре. Морфология культуры. Функции культуры. Динамика культуры. Культурная картина мира. Бытие культуры.

Взаимодействие культур. Типология культур. Основные черты и тенденции современной культуры.

**Форма контроля:** зачет с оценкой

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

## **Б1.Б.8 Экономика**

### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель:** формирование базы теоретических экономических знаний, необходимых в условиях рыночной экономики: дать базовые знания об экономике общества, отношениях, возникающих в производстве, при распределении, обмене и потреблении материальных благ и услуг в целях удовлетворения потребностей при ограниченных ресурсах на микро- и макроуровнях.

### **Задачи:**

- раскрытие основного содержания экономических категорий, понятий, теорий, законов и закономерных тенденций в социально-экономическом развитии общества;
- рассмотрение механизма ценообразования, состава издержек производства фирмы, функционирования фирмы в условиях совершенных и несовершенных рынков;
- рассмотрение инструментов, используемых при реализации экономической политики государства, основных макроэкономических показателей;
- рассмотрение теоретико-методологических проблем мирового хозяйства и особенностей их проявления в современной России.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-3** - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен:

### ***Знать:***

- предмет и методологию экономической теории;
- систему экономических категорий и законов, методы анализа экономических процессов и явлений;
- основные теоретические подходы к изучению функционирования экономической системы общества;
- закономерности и принципы поведения экономических агентов в современной смешанной и переходной экономике;
- модели формирования основных показателей рыночной конъюнктуры;
- принципы анализа потребительского поведения;
- принципы максимизации прибыли в зависимости от типа рыночной структуры;
- модели рыночного равновесия для различных типов рыночных структур;
- особенности установления равновесия на макроэкономических рынках;
- современную систему национального счетоводства и ведущие макроэкономические переменные;
- принципы реализации государственной макроэкономической политики;
- современные формы проявления макроэкономической нестабильности и основные направления стабилизационной политики государства
- факторы и модели динамических колебаний в макроэкономической системе;
- специфику протекания социально-экономических процессов в открытых экономических системах.

**Уметь:**

- классифицировать рынки по различным признакам;
- учитывать влияние различных методов государственного регулирования экономики на рыночное равновесие;
- рассчитывать основные макроэкономические показатели;
- учитывать влияние различных методов государственного регулирования экономики на макроэкономическое равновесие;
- самостоятельно моделировать различные экономические явления с целью их дальнейшего анализа;
- всесторонне и глубоко оценивать макроэкономические последствия политических решений органов государственного управления, а также современные особенности институциональных преобразований в социальной и экономической сфере;
- выявлять и обосновывать конкретные пути повышения эффективности функционирования национальной экономики с использованием мер фискальной и монетарной политики;
- на практике использовать результаты макроэкономического анализа для определения состояния и перспектив нового качества экономического роста в условиях переходной экономики.

**Владеть:**

- владеть методологией экономического исследования;
- экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических моделей;
- современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих микроэкономические процессы;
- понимать основные проблемы микроэкономики, видеть их многообразие и взаимосвязь с процессами, происходящими в обществе;
- инструментальными средствами для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей;
- современными техническими средствами и информационными технологиями.

**Содержание дисциплины:** Общая экономическая теория. Микроэкономика. Макроэкономика. Переходная экономика. История экономических учений.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.Б.9 Компьютерные технологии и информатика**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели:** ознакомление студентов с идеологией и технологией работы на компьютере, необходимыми для самоорганизации и самообразования;

- формирование компьютерной грамотности и целостного представления о возможностях информационно-коммуникационных технологий при решении стандартных задач в профессиональной деятельности;
- овладение практическими навыками самоорганизации и самообразования при изучении программ и программных пакетов.

**Задачи:**

- ознакомление студентов с основными принципами использования информационно-коммуникационных технологий при решении стандартных задач в рекламной и PR-деятельности;
- получение практических навыков решения стандартных задач в профессиональной

деятельности при помощи информационно-коммуникационных технологий;  
- конструирование и управление информационными потоками;  
- изучение способов создания медиа-контента на основе самоорганизации и самообразования, в том числе в сети Интернет.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-6** - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

#### ***Знать***

- теоретические основы информатики и компьютерных технологий, необходимые для самоорганизации и самообразования в современном мире;
- основные характеристики компьютера, компьютерных сетей и глобальной сети Интернет и методы работы в них, необходимые для решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры;
- основы работы в компьютерных приложениях, основы использования информационных систем и HTML, необходимые для самоорганизации и самообразования.

#### ***Уметь:***

- использовать в профессиональной деятельности для решения стандартных задач различные компьютерные приложения, графические редакторы, информационные системы;
- на основе самоорганизации и самообразования разрабатывать, сопровождать, оценивать эффективность веб-проектов, в том числе внутрикорпоративных ресурсов;
- на основе самоорганизации и самообразования создавать ресурсы в сети Интернет и осуществлять целевое и поисковое продвижение сайтов.

#### ***Владеть:***

- навыки работы с пакетом офисных программ, необходимых для решения стандартных задач при осуществлении рекламной и PR-деятельности;
- навыки работы в графических редакторах (Adobe Photoshop, CorelDraw и др.) для решения стандартных задач профессиональной деятельности;
- навыки создания презентаций в специализированных программах и онлайн (Ms PowerPoint, Prezi.com) для решения стандартных задач профессиональной деятельности;
- навыки html-верстки и ведения сайтов при помощи cms-систем.

**Содержание дисциплины:** Теоретические основы IT-технологий и информационных процессов. Применение приложений пакета Microsoft Office. Применение программ создания медиаконтента. Сетевые компьютерные технологии.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

## **Б1.Б.10. Математика и статистика**

### **Б1.Б.10.1 Методы и приемы математического анализа**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Целью дисциплины являются** освоение основных понятий, определений, теорем и методов, формирующих общую математическую подготовку и развивающих абстрактное, логическое и творческое мышление; сформировать у студентов основы математического аппарата, необходимого для глубокого изучения курсов специальных дисциплин, связанных с обработкой данных и результатов исследований.

**Задачи дисциплины:**

- сформировать у студента требуемый набор компетенций, соответствующих его специализации и обеспечивающих его конкурентоспособность на рынке труда.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-6** - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

В результате изучения дисциплины студент должен:

***Знать:***

- основные понятия, определения и теоремы математического анализа, дискретной математики и теории вероятностей и математической статистики.
- основные понятия и законы высшей математики;
- основы теории вероятностей и математической статистики.

***Уметь:***

- работать самостоятельно с учебной математической литературой, получать самостоятельно новые математические знания и умения.
- выбирать и применять математические методы при анализе и обработке экспериментальных данных.

***Владеть:***

- навыками самостоятельного изучения и освоения новых математических знаний и методов,
- математическими методами обработки экспериментальных данных, понятийным аппаратом изучаемой дисциплины для анализа и систематизации информации, поиска новой информации, критерия

**Содержание дисциплины:** Элементы теории множеств (введение в анализ) Элементы теории пределов и дифференциального исчисления Элементы интегрального исчисления.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 зет.

**Б1.Б.10.2 Математическая статистика.**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Целью дисциплины являются** освоение основных понятий, определений, теорем и методов, формирующих общую математическую подготовку и развивающих абстрактное, логическое и творческое мышление; сформировать у студентов основы математического

аппарата, необходимого для глубокого изучения курсов специальных дисциплин, связанных с обработкой данных и результатов исследований.

**Задачи дисциплины:**

- сформировать у студента требуемый набор компетенций, соответствующих его специализации и обеспечивающих его конкурентоспособность на рынке труда.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОПК-6 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

В результате изучения дисциплины студент должен:

***Знать:***

- основные понятия, определения и теоремы математического анализа, дискретной математики и теории вероятностей и математической статистики.
- основные понятия и законы высшей математики;
- основы теории вероятностей и математической статистики.

***Уметь:***

- работать самостоятельно с учебной математической литературой, получать самостоятельно новые математические знания и умения.
- выбирать и применять математические методы при анализе и обработке экспериментальных данных.

***Владеть:***

- навыками самостоятельного изучения и освоения новых математических знаний и методов,
- математическими методами обработки экспериментальных данных, понятийным аппаратом изучаемой дисциплины для анализа и систематизации информации, поиска новой информации, критерия

**Содержание дисциплины:** Элементы теории вероятностей. Введение в теорию вероятностей. Основные теоремы. Формула полной вероятности, формулы Байеса. Повторение испытаний. Формулы Бернулли, Пуассона, Муавра-Лапласа. Случайные величины, функция распределения. Числовые характеристики случайной величины. Законы распределения. Элементы математической статистики. Основы математической статистики. Генеральная совокупность и выборка, оценки характеристик генеральной совокупности. Проверка статистических гипотез.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 зет.

**Б1.Б.11 Коммуникология**  
**Б1.Б.11.1 Основы теории коммуникации**

**Цели и задачи дисциплины:**

Основной **целью** является освоение базовых положений теории коммуникации с целью формирования методологической основы для изучения профильных коммуникативных дисциплин.

Ставятся **задачи**:

- познакомить студентов с понятийным аппаратом и основными положениями теории коммуникации;
- сформировать представления об основных направлениях исследования коммуникации в мировой и отечественной науке;
- создать первичное представление о профессионально-ориентированных видах и формах коммуникации.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОПК-3 - обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

В результате освоения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- историю возникновения и развития коммуникации; зарубежные и отечественные теории, концепции и модели коммуникации;
- понятийный аппарат дисциплины, основные категории, функции и процессы коммуникации;
- условия превращения коммуникации в массовую коммуникацию;
- определения и модели общения, потребности общения, функционирование восприятия в процессе общения, основные теории вербального и невербального общения, основные навыки общения;
- содержание и средства коммуникации;
- способы повышения эффективности коммуникации;
- методы разрешения конфликта;
- методики аргументации и коммуникативного воздействия;

**Уметь:**

- категоризировать сущность и функции коммуникативных процессов;
- различать типы, виды, формы и модели коммуникации; передавать и принимать информацию в различных коммуникативных регистрах;
- определять цели коммуникатора в различных моделях коммуникации;
- проводить анализ коммуникативных ситуаций с использованием арсенала теоретических и практических коммуникологических концепций;
- устанавливать обратную связь с аудиторией и успешно взаимодействовать с окружающими людьми; использовать теоретические знания о коммуникации на практике.

**Владеть:**

- приемами выбора оптимального коммуникационного канала;



- правилами использования знаков и знаковых систем в общении;
- приемами устранения коммуникативных барьеров и препятствий на пути прохождения информации.

**Содержание дисциплины:** Теория коммуникации как наука. История теории коммуникации. Законы и категории теории коммуникации. Методы коммуникации. Коммуникативная компетентность специалиста. Вербальная коммуникация, её формы и виды. Межличностная коммуникация. Коммуникация в малых группах. Массовая коммуникация. Коммуникация в организациях. Коммуникация политическая. Коммуникация публичная. Межкультурная коммуникация.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

### **Б1.Б.11.2 Социология массовых коммуникаций**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов системного комплекса знаний о природе информационных потоков как сферы деятельности средств массовой коммуникации (далее – СМК), научного представления о функционировании института СМК в современном обществе, возможностях управления данным институтом, способности оценивать качество социологических исследований сферы массовых коммуникаций (далее в тексте – МК), включая область рекламной практики, феномен общественного мнения, и использовать их в процессе профессиональной деятельности.

#### **Задачи дисциплины:**

- изучение моделей функционирования массовой коммуникации в обществе;
- анализ генезиса института СМК;
- раскрытие социально-исторических факторов массово-коммуникативных процессов;
- получение системного комплекса знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института;
- понимание социологического подхода к деятельности СМК как системы, функционирующей в широком экономическом, политическом, социокультурном контексте;
- понимание форм и механизмов влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение;
- знакомство с социологическими методами, с помощью которых можно получить знания о качественных и количественных характеристиках основных звеньев коммуникативного процесса.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-5** - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

**ОПК-5** – умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

**ПК-7** - способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

В результате освоения дисциплины студент должен:

**знать**

- историю возникновения массовой коммуникации как способа удовлетворения объективных потребностей социума, ее особенности и отличия от других видов коммуникации индивида;
- социальные функции и возможные асоциальные эффекты системы СМК;

**уметь**

- соотносить теоретические схемы изучения массовой коммуникации с практикой повседневности;
- прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности с учетом факторов эффективного коммуникационного процесса, использовать эти знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям;

**владеть**

- навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с точки зрения истории развития коммуникации;
- пониманием процесса достижения эффективной коммуникации в перечисленных сферах.

**Содержание дисциплины:** Массовая коммуникация (теоретический аспект). Социология массовой коммуникации как наука. Социологическое исследование основных звеньев коммуникативного процесса. Социально-прагматический аспект массовой коммуникации. Массовая коммуникация как явление и как процесс. Деятельность СМК как реализация интересов различных социальных субъектов. СМК и власть. СМК и бизнес. Сообщество профессиональных коммуникаторов. Прикладной аспект массовой коммуникации. Специфика различных каналов коммуникации в прикладном аспекте. Роль социологических исследований в изучении прикладных задач МК – обратной связи, эффекта участия, типов потребителей информации, связей с социальными процессами и тенденциями.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

### **Б1.Б.11.3 Психология массовых коммуникаций**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цель** – познакомить бакалавров с основами психологии массовой коммуникации и ее ключевыми направлениями, а также сформировать общее представление о психологических особенностях протекания массовой коммуникации.

**Задачи** дисциплины:

- актуализация и систематизация знаний о массовой коммуникации;
- знакомство с профессиональной терминологией в области психологии МК;
- знакомство с психологическим подходом к массовой коммуникации;
- формирование умений и навыков психологического анализа массовой коммуникации.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-5** - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

**ОПК-4** - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

**ПК-6** – способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- знать суть и значение массовой коммуникации в развитии современного общества;
- знать основы теории и практики психологических исследований в области массовой коммуникации;
- знать основные научные понятия в области психологии массовой коммуникации;
- знать научные представления о массовом сознании, психических процессах и состояниях.

**Уметь:**

- грамотно использовать результаты психологических исследований при планировании и проведении коммуникационных акций и компаний;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы с точки зрения психологии массовой коммуникации;
- анализировать коммуникационные процессы и технологии с точки зрения основных моделей массовой коммуникации;
- анализировать эффективность массовой коммуникации.

**Владеть:**

- методами психологии массовой коммуникации при решении профессиональных задач;
- конкретным инструментарием, приемами и технологиями в области психологии массовой коммуникации;
- методикой анализа массовой коммуникации;
- базовыми навыками общения, установления и поддержания коммуникаций в различных сферах общения.

**Содержание дисциплины:** Массовое общество. Массовая культура. Массовая коммуникация. Основные особенности mass communication: массовость аудитории, гетерогенность аудитории, использование высокоскоростных и репродукционных средств связи и информации, быстрое распространение сообщений, относительно небольшая потребительская стоимость получаемой информации. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации. Массовое сознание как социальный феномен. Массовое сознание, социальная психика, общественное мнение, общественные настроения. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием. СМИ как инструмент убеждения и мобилизации. Имиджи, медиасобытия, псевдособытия и прочие инструменты медиамифологии как условие манипулирования массовым сознанием. Коммуникационный процесс и средства массовой информации. Теоретические модели

коммуникационного процесса. Коммуникатор и психологические способы его изучения. Институциональное и индивидуальное в фигуре коммуникатора. СМИ как «четвертая власть». Два пути влияния пропаганды: посредством информации об окружающем мире и через изменение самого реципиента (изменение потребностей, интересов, ценностей и т.д.). Изучение реальных и потенциальных аудиторий с точки зрения их ориентаций и потребностей в определенной информации. Объективные и субъективные факторы, влияющие на ход и результаты пропаганды. Формирование, закрепление и изменение установок по отношению к объектам, имеющим социальную значимость. Закономерности массового сознания и реклама. «Среда» рекламы. Психотехнология рекламной стратегии. Мотивация и психологические задачи в рекламе. Замена уникального торгового предложения имиджем товара. Установки и стереотипы в рекламной практике. Технология создания имиджа: ассоциации, проекции «свидетельства», апелляция к «лидерам мнений». Психология восприятия рекламы. Слухи как специфический вид межличностной коммуникации. Слухи как отражение общих социальных стереотипов и установок аудитории. Слухи как отражение общественного мнения и общественных настроений. Слухи как выражение информационной ситуации в регионе. Природа слухов. Слух как СМИ, или «самая массовая из всех массовых коммуникаций». Социология и психология моды.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 216 час., 6 з.е.

#### **Б1.Б.11.4 Теория и практика массовой информации**

##### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель** дисциплины – изучение отечественных и зарубежных концепций информации, позволяющих сформировать у обучающихся научные представления о естественной и социальной природе и функциях массовой информации, средств массовой коммуникации (СМК), средств массовой информации (СМИ), которые играют все возрастающую роль в создании информационного общества, медиакоммуникаций, усиления процессов глобализации и постмодернизма в современном обществе.

Также целями курса являются:

- дать обучающимся необходимое системное представление о современной структуре PR-текстов;
- развить навыки подготовки и распространения PR- материалов;
- разъяснить принципы работы с представителями средств массовой информации и специфику взаимодействия с внешней и внутренней средой организации посредством письменной коммуникации.

##### **Задачи** дисциплины:

- обозначить различие в исторических векторах развития зарубежных и отечественных медиасистем и возможности их взаимосвязей, взаимодействия;
- предложить современное понимание теоретических парадигм конвергентной медиакоммуникации как коммуникации нового типа и возможностей ее использования;
- расширение представления обучающихся об информационных источниках, процедуре и методике сбора информации;
- изучить основные жанры PR- текстов, выявление структурной и стилистической специфики каждого вида текста, выработка практических навыков по их написанию согласно современным требованиям;

- обобщить и расширить представления обучающихся о современной системе PR-текстов, основных каналах их распространения, освещении основных тенденций использования PR-материалов различными типами СМИ;
- сформировать представления об организации и проведении публичных мероприятий с участием представителей средств массовой информации, а также информационном сопровождении событий различного типа.

### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-6** - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

#### **знать:**

- основные понятия и концепции современных теорий массовой информации;
- теоретические и практические аспекты функционирования медиасистем России и зарубежных стран;
- особенности развития СМИ и журналистики различных исторических и национальных типов;
- ключевые понятия в сфере современных СМИ и журналистики;
- основы журнализма, журналистского творчества;
- базовые принципы функционирования различных СМИ: печатных, радио, ТВ, Интернет, мобильных;
- основные принципы взаимодействия СМИ, связей с общественностью и рекламы.

#### **уметь:**

- анализировать теоретический, методологический, практический материал по теме курса;
- планировать и организовывать взаимодействие служб медиа, СО, рекламы;
- работать как автор и менеджер с базовыми типами текстов и сообщений СМИ, а также СО и рекламы для медиа.

#### **владеть:**

- основами теоретической и практической деятельностью в данной сфере;
- сформированным собственным концептуальным подходом к теме курса;
- навыками мониторинга, анализа материалов СМИ для использования в деятельности СО и с рекламы;
- практическими навыками написания текстов в базовых жанрах СМИ, СО, сообщений рекламы, а также конвергентных текстов.

**Содержание дисциплины:** Изобретение письменности. Обращение к новому типу общения. Античная культура. Создание института журналистики. Изобретение книгопечатания. Феодално-монархическая печать. Буржуазная печать. Религиозно-клерикальная. Журналистика социалистической и коммунистической ориентации. «Вестник Европы». Издание местных газет и журналов. Возникновение новых газет

официального характера.

Монополизация и концентрация зарубежной системы масс-медиа. Монополии в медиа-бизнесе: классификация. Издательские концерны. Газетные тресты. Система медиа-холдингов. Электронные СМИ. Печатные СМИ. Коммерческие масс-медиа. Инфраструктура – основные понятия. Компьютерная инфраструктура. Глобализация – основные понятия. Понятие международных сил. Экономические и политические связи. Буржуазно-демократическая революция 1905 г. «Манифест от 17 октября 1905 г.». Меры правительства по стабилизации общества. Права цензуры. Пресса России до и после 1917 г. «Декрет о печати». Пресса России в годы Великой Отечественной войны». Гуманитарно-демократическое направление. Марксистская теория журналистики. Теория социальной ответственности. Модель развивающихся стран. Модель демократического участия. Прецизионная журналистика. Теория нового журнализма. Теория индивидуальных различий. Теория социальных категорий. Теория культурных и социальных норм. Негосударственные телекомпании. Информационные агентства. Зарубежные информационные агентства. Агентства в сфере общественных связей. Ресурсный рынок. Рынок типографских услуг. Структура подписной цены. Обработка заказов. Экспедирование. Магистральные перевозки. Каталожная цена. Стандарты качества информации. Критерии оценки качества идеоканала. Критерии оценки качества информационного блока. Критерии уровня качества ведения видеоканала. Оценка видеоканала. Связи с общественностью в редакционной структуре.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 216 час., 6 з.е.

#### **Б1.Б.12 Безопасность жизнедеятельности**

##### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель:** формирование у студентов систематизированных знаний об опасностях и способах защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.

##### **Задачи:**

- ознакомление обучающихся с опасными природными, техногенными и биосоциальными факторами окружающей среды в условиях современного информационного общества;
- формирование представлений об адекватных способах защиты от опасных факторов окружающей среды;
- овладение приемами оказания первой помощи в угрожающих жизни ситуациях;
- формирование способности соблюдать основные требования информационной безопасности.

##### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-9** - готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- теоретические основы безопасности жизнедеятельности человека;
- особенности поведения людей в условиях чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и социального характера;
- основы охраны труда и здоровья в условиях межличностного и межкультурного взаимодействия.

**Уметь:**

- использовать методы и приемы помощи людям в условиях чрезвычайных ситуаций;
- применять эффективные методики и приемы охраны здоровья индивидов и групп.

**Владеть:**

- методами безопасной организации в профессиональной деятельности.

**Содержание дисциплины:** Теоретические основы безопасности жизнедеятельности. Чрезвычайные ситуации. Чрезвычайные ситуации геофизического характера. Гидрологические и морские опасности. Метеорологические опасные явления. Биологические опасности. Пожары как факторы ЧС. Аварии с выбросом радиоактивных веществ. Аварии с выбросом химически опасных веществ. Аварии на коммунальных объектах. Чрезвычайные ситуации на транспорте. Чрезвычайные ситуации социального характера. Опасные ситуации криминогенного характера. Проблемы национальной и международной безопасности Российской Федерации. Гражданская оборона и её задачи. Безопасность жизнедеятельности на производстве. Негативные факторы среды обитания. Первая медицинская помощь.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 144 час., 4 з.е.

### **Б1.Б.13 Интегрированные коммуникации**

**Цели и задачи дисциплины:** освоение студентами основных теоретических положений, а также приобретение практических навыков в области рекламы и связей с общественностью как составных частей интегрированных коммуникаций, знакомство с особенностями работы специалистов рекламы и связей с общественностью в государственных, социальных, политических и коммерческих структурах.

**Поставленная цель конкретизируется при решении следующих задач:**

- изучения системы интегрированных коммуникативных технологий;
- формирования целостного представления о коммуникативных технологиях, используемых в рекламе, связях с общественностью;
- освоения знаний для формирования и планирования оптимального набора коммуникативных технологий, направленных на управление имиджем и репутацией;
- освоения студентами основных принципов комплекса коммуникативных технологий;
- освоения всех видов интегрированных коммуникаций.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

***Знать:***

- принципы построения интегрированных коммуникаций;
- принципы стратегического и тактического планирования деятельности служб рекламы и связей с общественностью по построению эффективных коммуникаций;
- принципы работы со СМИ;
- основные виды позиционирования;
- принципы проведения исследований (анализа ситуации);
- принципы оценки эффективности проводимых кампаний.

***Уметь:***

- проводить комплексный и ситуационный анализ конкурентной среды организации;
- соединять разнодисциплинарные инструменты в приложении к решению поставленной задачи;
- превращать информацию в знания, применять и делиться полученным знанием;
- выбирать конкретные применения знаний и умений к построению эффективных коммуникаций;
- выступать публично на профессиональные темы.

***Владеть:***

- профессиональным языком;
- навыками экспертной оценки результатов коммуникационного процесса;
- навыками стратегического планирования коммуникаций;
- прикладными методами и методиками анализа коммуникационного процесса;
- навыками самостоятельного профессионального обучения;
- навыком определения потребности в обучении.

**Содержание дисциплины:** Интегрированные коммуникации: сущность и основные стратегии. Реклама в системе интегрированных коммуникаций. Брендинг. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций. Директ –маркетинг и организация личных продаж.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

## **Б1.Б.14 Менеджмент**

### **Б1.Б.14.1 Основы менеджмента**

**Цели и задачи дисциплины:**

Целью преподавания учебной дисциплины «Основы менеджмента» является теоретическая и практическая подготовка студентов в области управления, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно и с минимальным риском принимать решения по различным вопросам в современных условиях.

**Основными задачами дисциплины** являются:

- рассмотреть основные аспекты современного менеджмента и дать представление об интегрированном подходе в вопросах теории управления и менеджмента, о практике менеджмента в организациях различных организационно-правовых форм и форм собственности;



- рассмотреть научно-практические подходы и образцы современного управления, исходя из принципов цивилизованных рыночных отношений,
- выделить доминирующие в той или иной социально-культурной среде, позволяющие творчески, оперативно, обоснованно и с минимальным риском принимать решения по различным вопросам, руководствуясь принципами права, высокой морали и этики.

### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- основные категории и понятия менеджмента, систем управления предприятиями;
- условия и факторы возникновения и развития управления;
- сущность и содержание менеджмента;
- опыт менеджмента за рубежом. Возможности и пути его использования в России;
- связующие процессы в менеджменте;
- основы теории руководства, власти и партнерства в менеджменте;
- состав функций менеджмента и специфику их распределения по уровням управления;
- организационно-управленческие и аксиологические основы управления персоналом;
- сущность и показатели эффективности менеджмента.

#### ***Уметь:***

- готовить и проводить собрания;
- формировать трудовые коллективы с учетом критериев социально-экономической эффективности;
- критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений.

#### ***Владеть:***

- знаниями законодательной, нормативной и справочной литературы в области менеджмента;
- методами реализации основных управленческих функций в организации;
- культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения при решении;
- навыками решения проблем управления.

**Содержание дисциплины:** Условия и факторы возникновения и развития управления. Сущность и содержание менеджмента. Опыт менеджмента за рубежом. Возможности и пути его использования в России. Коммуникации в организации. Управленческие решения. Цели и функции управления. Персонал управления и руководство. Управление персоналом. Ресурсы, качество и эффективность менеджмента.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

#### **Б1.Б.14.2 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью**

##### **Цели и задачи дисциплины:**

**Целью освоения** дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы по созданию отдела рекламы и связей с общественностью на коммерческих и некоммерческих предприятиях и организации работы сотрудников в них.

##### **Задачи:**

- изучить основные направления работы отделов рекламы и связей с общественностью, виды деятельности, варианты структур, термины;
- овладеть знанием структуры рынка маркетинговых коммуникаций и типов подрядчиков;
- изучить основные принципы составления плана проведения и организации рекламной кампании, а также пиар-мероприятий;
- получить знания обо всех коммуникационных дисциплинах, которые необходимы для работы сотрудника отдела рекламы и связей с общественностью.

##### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-1** - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

**ОПК-2** - владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

**ПК-1** - способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

В результате освоения дисциплины студент должен:

##### **Знать:**

- принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью;
- типы коммуникационных услуг, структуру рынка коммуникационных услуг,
- основные средства и формы маркетинговых коммуникаций.

##### **Уметь**

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;

##### **Владеть**

- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности,
- навыками поведения ситуационного анализа;
- принципами ведения переговоров;
- навыками работы с рекламными и PR-текстами;

- способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена;
- методами коммуникации и кросс-культурном пространстве.

**Содержание дисциплины:** Структура отдела рекламы и связей с общественностью и основной функционал сотрудников в зависимости от сегмента работы (B2C, B2B), а также от величины компании и маркетинговых задач. Внешние и внутренние коммуникации, создание и поддержание каналов коммуникаций. Международные рекламно-коммуникационные холдинги, основные рекламные группы в России, специализированные агентства и производственные компании. Типы рекламных кампаний – мультимедийные и интегрированные. Форматы рекламного сообщения, медийные каналы, бюджет, количественные и качественные исследования. Подготовка технического задания на проведение исследований, разработку коммуникационной стратегии, креативной концепции и медиаплана. Супервизирование подрядчиков в производственных компаниях разного типа (видео, digital, дизайн). Сравнение вербальной и невербальной коммуникаций. Пара- и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации. Мимика и взгляд. Жесты. Организация пространства и времени коммуникационного процесса. Позы и походка. Контакт глаз. Внешние и внутренние каналы коммуникаций. ТВ, пресса, наружная реклама, радио. Digital-коммуникация – интернет, мобильный сервис, планшеты и т.п. Работа с текстами для СМИ. Ведение проектов. Работа с пулом журналистов. Организация выпуска корпоративных СМИ и полиграфической продукции. Ведение онлайн-проектов и работа в соцсетях. Изменения подхода к маркетинговым коммуникациям в связи с развитием цифровых коммуникаций.

**Форма контроля:** контрольная работа, экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 216 час., 6 з.е.

## **Б1.Б.15 Маркетинг**

### **Б.1.Б.15.1. Основы маркетинга**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Общая цель дисциплины:** дать студентам такой объем знаний и практических навыков, который позволит им осознать концепцию маркетинга как комплексную систему организации производства, распределения и продвижения товаров; освоить принципы и методы управления маркетингом, процессами создания и использования информационных сервисов на принципах маркетинга. Программа курса должна обеспечить получение знаний об основах маркетинга и специфике его реализации в экономике.

Специалист должен знать методологические основы и практику маркетинга как комплексного и системного подхода к управлению производством и реализацией продукции на рынках с учетом спроса и требований покупателей, а также маркетинга как функции управления деятельностью фирм; особенности использования маркетинга в различных социально-экономических системах.

**Конечные цели изучения дисциплины** – научить студентов решению основных проблем управления маркетинговой деятельностью предприятия на стратегическом и тактическом уровнях с использованием современных информационных технологий.

**К числу задач**, стоящих при освоении данной дисциплины, относятся

- изучение: теоретических основ управления маркетингом, основных форм и методов его

управления;

- освоение практики выполнения общих и конкретных функций управления маркетингом; сущности и особенностей принятия и реализации маркетинговых решений;
- дать представление о финансовых аспектах маркетинговой деятельности фирмы;
- познакомиться с товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной деятельностью фирмы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-3 – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ПК-1 - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- содержание маркетинговой концепции управления;
- принципы управления маркетингом;
  - маркетинговые стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на их реализацию;
  - современные системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособностью;
- теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики;
- сущность управления маркетингом как обособившимся видом деятельности;
  - принципы формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями;
- принципы принятия и реализации экономических и управленческих решений;
- особенности международного маркетинга;
- специфику российского маркетинга;
- отечественный и зарубежный опыт в области управления и рациональной организации маркетинговой деятельности предприятия в условиях рыночной экономики;
- методы изучения рыночной конъюнктуры;

#### ***Уметь:***

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
  - находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
  - анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;
  - осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;
- анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и другую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности,

организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;

- формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга;
- проводить сегментирование рынка и позиционирование товара, выбирать целевые сегменты;
- разрабатывать маркетинговые стратегии;
- использовать информационные технологии для решения экономических задач на предприятии;

- критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

#### ***Владеть:***

- культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- методами разработки и реализации маркетинговых программ;
- навыками решения аналитических и исследовательских задач, используя современные технические средства и информационные технологии;
- методами разработки бизнес планов;
- приемами использования лучших практик продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг;
- возможностями использования современных информационных технологий в условиях реально действующих предприятий.

**Содержание дисциплины:** Определение маркетинга и его сущность. Основные понятия маркетинга. Национальные модели маркетинга. Основные проблемы маркетинга в России. Консьюмеристское движение. Концепции управления маркетингом. Виды маркетинга. Сущность управления маркетингом как обособившимся видом деятельности. Принципы и основные функции маркетинга. Процесс управления маркетингом. Стадии управления маркетингом. Этапы управления маркетингом. Окружающая среда маркетинга: микросреда и макросреда. Организационные структуры управления маркетингом. Сущность и значение маркетинговых исследований. Методологическая основа маркетинговых исследований. Классификация маркетинговых исследований. Цель и задачи маркетингового исследования. Типология маркетинговых исследований. Исследования рынка, их роль в деятельности предприятия. Этапы проведения исследований. Отчет о маркетинговом исследовании. Классификация рынков. Понятия емкости, доли рынка, общего потенциала рынка. Рыночный спрос на продукцию, порядок расчета. Понятие сегментации рынка и способы ее проведения. Эффективность сегментирования. Позиционирование товара (услуг) на рынке. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение потребителей. Модели покупательского поведения. Конкуренция, ее формы и методы. Понятие конъюнктуры рынка. Прогнозирование конъюнктуры рынка. Маркетинговая информационная система, организация управления. Использование ЭВМ в информационных системах маркетинга. Маркетинговая информация и ее классификация. Источники и требования к маркетинговой информации.

Способы сбора маркетинговой информации. Автоматизированные системы обработки данных, их возможности при решении задач маркетинга. Товар (услуга) как объект маркетингового воздействия. Сущность товара в маркетинге. Атрибутивная модель товара. Классификация товаров по различным признакам. Товарная политика фирмы. Товарный ассортимент и его характеристики. Фирменный стиль. Товарная марка. Брэнддинг. Методика разработки нового товара. Жизненный цикл товара. Понятие конкурентоспособности товара. Факторы, влияющие на конкурентоспособность фирмы. Методика оценки конкурентоспособности товара (услуги), фирмы. Цена как категория рыночного хозяйства. Сущность и роль цены, функции цен. Основные ценообразующие факторы, учитываемые в маркетинге при установлении цен. Постановка целей ценообразования. Этапы ценообразования. Сущность товародвижения в маркетинге. Издержки товародвижения и пути их минимизации. Стимулирование сбыта. Сущность, содержание, цели и методы формирования спроса и стимулирования сбыта и продаж - ФОССТИС. Продвижение товара (услуг). Типология стратегий. Разработка стратегии маркетинга. Стратегический подход в планировании маркетинга. Иерархия стратегий в маркетинге. Уровни разработки стратегий: корпоративный, функциональный и инструментальный. Маркетинговая стратегическая матрица.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 144 час., 4 з.е.

#### **Б1.Б.15.2 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ**

##### **Цели и задачи дисциплины:**

**Общая цель дисциплины:** Целью курса является получение студентами необходимых знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований и ситуационного анализа.

В данном курсе рассматриваются основные вопросы организации и проведения маркетинговых исследований: определение целей и задач исследования, разработка плана исследования, содержание основных этапов исследования. Основной упор делается на получение студентами практических навыков организации и проведения маркетинговых исследований и анализа полученной в ходе исследования информации.

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ - это междисциплинарный предмет, сочетающий в себе научные изыскания и практический опыт в области маркетинга, менеджмента, статистики, экономико-математических методов, психологии и социологии. Представленный курс обобщает инструментарий и знания данных дисциплин для получения, систематизации и анализа информации необходимой для принятия маркетинговых управленческих решений.

##### **Задачи дисциплины:**

- хорошо ориентироваться в содержании всех этапов процесса маркетинговых исследований;
- грамотно формулировать цели исследования;
- проектировать формы для сбора данных;
- разрабатывать план выборочного исследования;
- владеть методами сбора и анализа информации, использовать современные экономико-математические модели и компьютерные технологии обработки данных;
- делать обоснованные выводы и готовить необходимую информацию для принятия управленческих решений.

##### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:  
ОК-3 – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- алгоритм и инструменты маркетинговых исследований на разных уровнях экономики;
- методы маркетинговых исследований и ситуационного анализа;
- важнейшие методы разработки и принятия решений в маркетинговой программе организации (фирмы);
- особенности организации и управления деятельностью производственных предприятий;
- внутрифирменное планирование и его роль в деятельности организации;
- отечественный и зарубежный опыт в области управления и рациональной организации маркетинговых исследований в условиях рыночной экономики.

**Уметь:**

- создавать и использовать информационную базу для проведения маркетинговых исследований;
- определять основные рыночные проблемы организации (фирмы);
- разрабатывать маркетинговые планы и программы преодоления проблем;
- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- находить и оценивать новые рыночные возможности;
- пользоваться важнейшими методами разработки и принятия решений в маркетинговой программе организации (фирмы).

**Владеть:**

- методами и инструментарием анализа и оценки факторов, определяющих рыночную позицию организации (фирмы) и содержание их стратегий;
- методами и инструментами исследования и формирования рынка и потребительского спроса;
- методами разработки и реализации маркетинговых программ;
- навыками решения аналитических и исследовательских задач, используя современные технические средства и информационные технологии;
- возможностями использования современных информационных технологий в условиях реально действующих организаций (фирм).

**Содержание дисциплины:** Понятие и сущность маркетинговых исследований. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Основные этапы. Объекты изучения. Роль маркетинговых исследований в маркетинговой информационной системе (МИС) и системе принятия решений (СПР). Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований: характеристика и содержание основных этапов. Значение этапа выявления и формулировки проблемы при проведении исследований. Основные виды планов маркетинговых исследований, их характеристика. Определение возможных источников ошибок, возникающих при проведении исследований и их учет в процессе планирования. Разработка графика маркетинговых исследований, Определение бюджета и времени на реализацию. Взаимосвязь стратегии маркетинга со стратегией развития фирмы. Характеристика маркетинговой стратегии фирмы. Сущность поисковых исследований. Виды поисковых исследований: работа с

литературой, сетью Internet, экспертные опросы, фокус-группы, глубинные интервью. Экспертные опросы. Применение, основные правила проведения. Сущность и задачи описательных исследований. Профильное (кросс-секционное) исследование. Единичное и множественное профильное исследование. Панельные исследования. Сущность казуальных (причинно-следственных) исследований. Эксперименты в рыночных и лабораторных условиях. Пробный маркетинг - стандартный, контролируемый и моделируемый пробный рынок. Разработка плана пробного маркетинга. Неэкспериментальные формы причинно-следственных исследований. Роль маркетинговой информации в МИ и ее виды. Требования, предъявляемые к маркетинговой информации. Способы сбора первичных данных: рос, анкетирование, наблюдение, эксперимент, имитация и др. Подготовка данных к обработке. Проверка анкет, редактирование и очистка информации, расшифровка, кодирование, предварительная статистическая обработка. Методы анализа данных. Распределение вероятностей и проверка гипотез. Определение и интерпретация связей между переменными. Компьютерные программы обработки данных. Анкеты и формы заполнения результатов наблюдения. Предварительное тестирование. Корреляционный и регрессионный анализ в маркетинговых исследованиях. Возможности использования дискриминантного анализа, факторного анализа, кластер-анализа, дисперсионный и ковариационный анализ, корреляционно-регрессионный анализ, дискриминантный анализ, факторный анализ, многомерное шкалирование, статистический анализ и другие при обработке маркетинговой информации. Маркетинговое прогнозирование. Иерархия стратегий в маркетинге. Основные методы статистического анализа полученной первичной информации - проверка гипотез, дисперсионный, корреляционно-регрессионный анализ, дискриминантный анализ, факторный анализ, кластерный анализ, многомерное шкалирование и совместный анализ. Подготовка отчета и презентации. Форма отчета. Написание отчета. Таблицы. Графики. Устная презентация. Оценка эффективности проекта.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

## **Б1.Б.16 Физическая культура и спорт**

### **Цели и задачи дисциплины:**

Целью физического воспитания студентов является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

### **Задачи дисциплины:**

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание научно - биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;



- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- 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;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-8 -готовность поддерживать уровень физической подготовки, обеспечивающей полноценную деятельность.

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- а) место физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке специалиста; законодательство Российской Федерации в области физической культуры и спорта;
- б) научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни;
- в) методику профессионально-прикладной физической подготовки и самостоятельных занятий различной целевой направленности.

#### ***Уметь:***

- а) творчески использовать средства и методы физического воспитания для профессионально - личностного развития, физического самосовершенствования и формирования здорового образа и стиля жизни;
- б) составлять комплексы физических упражнений для самостоятельных занятий и вести дневник самоконтроля;

в) выполнять основные приемы самомассажа и релаксации, защиты и самообороны, страховки и самостраховки.

***Владеть:***

- а) средствами и методами укрепления индивидуального здоровья и физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности;
- б) практическими навыками здорового образа и стиля жизни;
- в) методами оценки и контроля физического развития, физической и функциональной подготовленности.

**Содержание дисциплины:** Учебно-тренировочные занятия базируются на применении средств физической культуры, соответствующих материально-техническим возможностям университета. В процессе занятий студенты учатся самостоятельно проводить подвижные игры, общеразвивающие упражнения, комплексы гигиенической гимнастики и игровой разминки на месте и в движении, проводить подвижные игры. ИНСТРУКЦИЯ по охране труда при проведении занятий по спортивным и подвижным играм. ИНСТРУКЦИЯ по охране труда при проведении занятий по плаванию. ИНСТРУКЦИЯ по охране труда при проведении занятий в спортивном зале на отделении «аэробика» и «спец.мед.группа». Для определения физического развития студенты выполняют тесты по общефизической подготовке.

**Форма контроля:** зачет (4 семестр 2 курса, 5 семестр 3 курса).

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 зет.

### **Б1.Б.17 Информационное право**

**Цели и задачи дисциплины:**

Целью курса является подготовка на основе самого широкого использования последних достижений правовой науки и практики специалистов в решении задач правового регулирования общественных отношений в информационной сфере. Изучение информационного права расширяет кругозор студентов, позволяет лучше ориентироваться в сложных социально-экономических и правовых вопросах.

Задачи дисциплины:

- изучение основ и специфики правового регулирования рекламно-информационной деятельности;
- обучение студентов теоретическим знаниям и практическим навыкам правового регулирования отношений, возникающих между субъектами в процессе осуществления рекламно-информационной деятельности, а также правового регулирования сервиса при оказании услуг потребителю.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-4 - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

В результате изучения курса «Информационное право» студент должен:

**знать:**

- теории юридических наук и актуальные проблемы их современного развития, приоритеты в XXI веке;
- особенности информационных правоотношений;
- законодательство в области информации, информационных технологий и защиты информации;
- специфику правового регулирования в информационной сфере, в том числе информационно-коммуникационных технологий, в виртуальной среде Интернет, а также в области информационной безопасности;
- структуру информационных ресурсов в правовой сфере Российской Федерации;
- правовое регулирование связи и рекламной деятельности в сфере средств массовой информации, библиотечного и архивного дела;

**уметь:**

- применять нормативные правовые акты на практике при возникновении конкретных правоотношений в области информации, информационных технологий и защиты информации;
- использовать в правовой деятельности автоматизированные информационные технологии;
- правильно работать с литературными источниками, документами, архивными материалами;
- анализировать информационное законодательство и обобщать опыт его применения;

**иметь представление:**

- о проектировании задач для создания автоматизированных информационных систем;
- об основах построения и организации функционирования информационных систем в правовой сфере;
- о требованиях к программному обеспечению, осуществляющему обработку, хранение и передачу информации;
- о функциональных возможностях программного обеспечения автоматизированного делопроизводства и документооборота;
- об организационном и инженерно-техническом обеспечении безопасности автоматизированных информационных систем;
- о функциях администратора сети правовой информации.

**Содержание дисциплины:** Роль информации в жизни личности, общества, государства, Информационное общество. Стадии становления информационного общества. Декларация принципов «Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии». Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации. Основные направления внедрения информационных технологий. Концепция

формирования электронного правительства в Российской Федерации. Информатизация как социально-экономический процесс. Необходимость использования информационных технологий, новых средств обработки и передачи информации. Информация как товар. Окинавская хартия глобального информационного общества. Государственная политика и государственное управление в информационной сфере. Информационно-правовые нормы. Общая характеристика. Информационное право как наука, учебная дисциплина, система правового регулирования общественных отношений в информационной сфере. Законодательные акты, нормативные правовые акты Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти, регулирующие отношения в информационной сфере. Понятие и структура государственных информационных ресурсов Российской Федерации. Правовое регулирование формирования и использования государственных информационных ресурсов. Правовое регулирование общественных отношений в области создания и использования информационных систем, технологий и средств их обеспечения. Нормативные правовые акты, определявшие основное содержание и развитие системы обеспечения свободы средств массовой информации, а также регулирующие библиотечное и архивное дело в Российской Федерации. Рекламная информация в СМИ. Опубликование в СМИ нормативных правовых актов. Соотношение понятий «право на информацию» и «право на доступ к информации». Юридическая ответственность за правонарушения в информационной сфере: уголовная; административная; гражданско-правовая.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.Б.18 Политология**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цель курса:** ознакомление студентов с основными понятиями политологии, изучение теоретических и методологических основ и истоков современной политической науки; формирование у них необходимых знаний для теоретического осмысления политических событий.

**Задачи курса:**

- приобретение представления о сущности власти и политической жизни, политических отношениях и процессах, о субъектах политики, политическом процессе в России и за рубежом;
- формирование умения различать политическую и неполитическую сферы жизни общества, а также понимания значения и роли в обществе политических систем и политических режимов;
- развитие способности анализировать политическую жизнь с системных позиций, умения сравнивать различные типы политических систем и выявлять их особенности в разных странах;
- формирование умения выделять теоретические и прикладные, аксиологические и инструментальные компоненты политологического знания, знания основных методов политического анализа.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-2** - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- основные закономерности взаимодействия человека и общества;
- основные закономерности историко-культурного развития человека и человечества;
- основные механизмы политической социализации личности;
- основные политологические категории и основные проблемы современного общества;
- особенности современного политического и социально-экономического развития России и мира;
- основные средства и приемы педагогического общения.

**Уметь:**

- использовать различные формы и виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности;
- анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые политические и социально-экономические проблемы;
- применять политологические знания в процессе решения задач образовательной и профессиональной деятельности.

**Владеть:**

- технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний;
- навыками рефлексии, самооценки, самоконтроля;
- различными способами коммуникации в профессиональной деятельности;
- навыками коммуникации в родной и иноязычной среде.

**Содержание дисциплины:** Политология как наука. Предмет, методы и функции политологии. История политических учений. Политика как социальное явление и научное понятие. Власть как политическое явление и научное понятие. Гражданское общество. Политические элиты. Политическое лидерство. Политическая система. Государство как основной институт политической системы. Политические партии и партийные системы. Общественно-политические движения и группы интересов. Политические режимы. Политические процессы. Международные политические процессы. Политические идеологии. Избирательные системы. Средства массовой информации. Политическая культура.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 144 час., 4 з.е.

## Б1.Б.19 Экономика и менеджмент в СМИ и рекламе

**Цели и задачи дисциплины:**

Целью преподавания учебной дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ и рекламе» является теоретическая и практическая подготовка студентов в области рекламы и управления, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно и с минимальным риском принимать решения по различным вопросам экономики и управления в современных условиях.

С учетом предметной ориентации бакалавров **основными задачами** дисциплины являются:

- сформировать у студента понимание сущности экономических проблем и тенденций современного медиа-бизнеса;
- раскрыть основные черты и специфику управленческих процессов;
- осознать рыночный характер и экономические основы труда в сфере рекламы и СМИ.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ПК-1 - способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины студент должен:

***Знать:***

- основные категории и понятия экономики и менеджмента СМИ и рекламы;
- формы организации медиа- и рекламного бизнеса;
- управление в организациях СМИ и рекламы;
- финансовую политику в организациях СМИ и рекламы;
- технический, рекламный и издательский рынки;
- бизнес-планирование.

***Уметь:***

- осуществлять поощрение и стимулирование постоянных клиентов, устанавливать новые контакты;
- системой поощрения и мотивации персонала СМИ.
- методами обоснования, принятия и реализации управленческих решений;
- планировать маркетинг;
- определять количество рекламы, необходимой для реализации поставленных целей.
- организовывать работу СМИ с массовой аудиторией;
- нормировать труд и учет его результатов;
- планировать и осуществлять финансовую политику редакций СМИ;
- ориентироваться в информационном рынке региона, анализировать его сегменты;

***Владеть:***

- определять экономическое значение деятельности редакционного коллектива и процесса выпуска периодического издания, быть способным к решению простейших задач, связанных с укреплением экономической базы своего периодического издания
- технологией составления бизнес-плана редакции и расчета рентабельности издания;
- техникой планирования деятельности СМИ и рекламной компании в современных экономических условиях.

**Содержание дисциплины:** Журналистская информация как товар. Закономерности формирования и развития информационного рынка. Типология СМИ, присутствующих на информационном рынке. Структура (в том числе территориальная) информационного рынка СМИ. Экономические цели СМИ и рекламы в условиях рынка. Определение роли СМИ и рекламы в решении проблем национальной экономики. Организационно-правовые формы юридических лиц в России. Правила регистрации СМИ и рекламных организаций. Процессы слияния и поглощения активов на информационном рынке. Понятие и

содержание управления в организациях СМИ и рекламы. Органы и структура управления. Создание профильных и непрофильных подразделений. Механизм принятия управленческих решений. Коммуникации в управлении. Персонал управления и руководство. Организация делопроизводства. Уставный фонд. Основные и оборотные фонды. Стартовый капитал. Формы финансовой поддержки периодического издания и рекламной компании: средства клиента, дотация и спонсирование, гранты. Бюджет печатного периодического издания. Доходная и расходная части бюджета. Смета рекламной компании. Издательская деятельность редакции. Возможности по изданию приложений и библиотечек, увеличивающих консолидированный бюджет издания. Коммерческая деятельность редакции. Отечественный капитал в медиа- и рекламном бизнесе. Пути проникновения иностранного капитала на российский информационный рынок. Рекламная политика: универсальный и специализированный подход к публикации рекламы. Источники рекламы. Система скидок, поощряющая постоянных клиентов. Виды рекламных продуктов: мобильные, рекламные стенды, плакаты, буклеты, полоса, разворот, «накидка», обложка и т.д. Спонсоринг. Открытая и скрытая реклама. Публикация частных объявлений. Принципы медиапланирования. Определение количества рекламы, необходимой для реализации поставленных целей.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 144 час., 4 з.е.

## **Б1.Б.20 Риторика**

### **Цели и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины: формирование коммуникативной и риторической компетенции бакалавра.

Задачи:

- овладение риторическими знаниями о правилах и нормах общения, о требованиях к речевому поведению в различных коммуникативно-речевых ситуациях;
- изучение и использование коммуникативно-речевых (риторических) умений;
- осознание особенностей делового общения, специфики коммуникативно-речевых ситуаций в профессиональной деятельности;
- овладение умением решать коммуникативные и речевые задачи в конкретной ситуации общения;
- изучение опыта анализа и создания профессионально значимых типов высказываний;
- развитие творчески активной речевой личности, умеющей применять полученные знания и сформированные умения в новых постоянно меняющихся условиях проявления той или иной коммуникативной ситуации, способной искать и находить собственное решение многообразных профессиональных задач.

### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОПК-3 - обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования,

копирайтинга;

В результате изучения дисциплины студент должен :

**знать:**

- основные понятия общей и частной риторики;
- специфику деловой коммуникации;
- законы общения (в том числе бесконфликтного) и учитывать их в профессиональной деятельности.

**уметь:**

- использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности;
- создавать устные и письменные тексты профессионального характера.

**владеть:**

- различными способами и приемами вербальной и невербальной коммуникации;
- профессиональными речевыми жанрами;
- навыками публичного выступления.

**Содержание дисциплины:** Риторика как предмет изучения. Риторика и ее роль в развитии гуманитарных наук. Предмет риторики. Основные подходы к определению понятия “риторика”. Становление и основные этапы развития риторики. Общение. Роль общения в социальной практике. Сущность, функции и средства общения. Риторическая теория и риторическая практика как отражение общих закономерностей речевого поведения в процессе общения. Структура (компоненты) коммуникативно-речевой ситуации. Гармонизирующее общение. Постулаты общения. Дискурс как процесс речевого поведения, как форма реализации устного общения. Текст (высказывание) как единица общения, как продукт социального взаимодействия. Стили речи и стилистическая окраска текста. Речевой жанр как типизированное высказывание. Речевой акт и речевой жанр. Речевой жанр и риторический жанр. Основы мастерства публичного выступления. Искусство красноречия как способ воздействия на людей и как способ их взаимодействия в процессе познания явлений действительности. Основные этапы развития ораторского искусства. Роль ораторского искусства в современном мире. Цель “ораторства”. Сущность красноречия. Специфика публичного выступления. Публичное выступление в профессиональной деятельности учителя.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

### **Б1.Б.21 Естественнонаучная картина мира**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** - помочь студенту определить мировоззренческие ориентиры, ценностные установки, необходимые в процессе формирования его личности, сформировать у студентов научную картину мира, включающую представления о месте человека в мире, результатах его деятельности и возможности выживания в условиях экологического кризиса.

**Задачи:**

- Познакомить студентов с основными концепциями современного естествознания;
- Показать, что в мире действуют глобальные процессы развития, охватывающие природу, общество и человеческую жизнь, проходящие по единым законам и алгоритмам;
- Дать знания о важнейших закономерностях развития природы и общества;



- Предостеречь от возможных опасностей применения научных знаний, ознакомив студентов с основными принципами биоэтики.

- выработать способность применять на практике полученные знания в социокультурной сфере, использовать их для принятия решений в своей профессиональной деятельности, прежде всего, проектной, научно-исследовательской и организационно-управленческой.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-6 – способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ПК-3 - владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

В результате студент должен:

*Знать:*

- основные классы индивидуальных и групповых различий, изучаемых в современной психологии, а именно: индивидуально-психологические различия (способности, интеллект, познавательные стили, темперамент, характер), отличающие людей друг от друга, групповые различия которые проявляются между большими группами людей (межполовые, межрасовые, межэтнические, межкультурные);

- основные подходы и концепции к пониманию и изучению индивидуальных и групповых различий, их природы, источников и последствий, закономерностей психического варьирования;

- основные методы изучения и диагностики индивидуальных и групповых различий.

*Уметь:*

- распознавать основные проявления и признаки индивидуально-психологических и групповых различий на основе самоотчета и поведения человека;

- прогнозировать поведение человека в типовых ситуациях с учетом его индивидуально-психологических особенностей.

*Владеть:*

- способами продуктивного и толерантного общения и взаимодействия, учитывающими индивидуально-психологические, социальные, конфессиональные и культурные различия.

**Содержание дисциплины:** Основы науковедения. История науки. Физическая картина мира. Основы космологии. Земля как предмет естествознания. Современные концепции химии. Основы биологии. Человек как предмет естествознания. Основы экологии. Биосфера и космос. Человек и природа.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины** - систематизировать знания по русскому языку, полученные студентами в школе, дополнить и углубить их; восстановить и закрепить орфографические и пунктуационные навыки; способствовать овладению важнейшими лексическими, орфоэпическими, словообразовательными, грамматическими, стилистическими нормами на основе знаний и умений, полученных, но недостаточно закреплённых в школе; всемерно совершенствовать культуру связной устной и письменной речи.

**Задачи курса** состоят в формировании у студентов следующих основных навыков:

- знать основные правила орфографии и пунктуации;
- уметь проводить все виды разбора (фонетический, морфологический, морфемный, словообразовательный, морфологический, синтаксический), находить в слове орфограммы, точно формировать правила, их объясняющие, замечать и исправлять грамматические и орфографические ошибки, связанные с использованием различных частей речи в устной и письменной речи;
- приобрести навыки работы с различными словарями и справочными пособиями.

### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-5 -способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОПК-3 -обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** правила орфографии и пунктуации.

**Уметь:** проводить все виды разбора (фонетический, морфологический, морфемный, словообразовательный, морфологический, синтаксический), находить в слове орфограммы, точно формулировать правила, их объясняющие, замечать и исправлять грамматические и орфографические ошибки, связанные с использованием различных частей речи в устной и письменной речи.

**Владеть:** навыками работы с различными словарями и справочными пособиями.

**Содержание дисциплины:** Корректировка школьных знаний по темам. Фонетика. Графика. Орфография. Правописание гласных в корне. Правописание согласных в корне. Правописание приставок Морфология и орфография. Синтаксис и пунктуация.

**Форма контроля:** зачет

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

## **Б1.Б.23 Творческая мастерская**

### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель:** развитие креативности студентов, формирование профессиональной компетентности и акмеологической культуры личности.

**Задачи:**

- формирование акмеологической культуры личности специалиста;

- дать стимул к развитию личностно-профессиональных качеств (таких как креативность, воображение, умение быть самокритичным, повышать профессиональные навыки). Развитие способностей, которые составляют основу креативности личности;
- развитие навыков нестандартного, творческого мышления; изучение творческих технологий создания различных типов PR-текста (базисных, смежных, комбинированных);
- формирование устойчивых навыков создания эффективных PR-текстов различных видов и жанров;
- отработать различные речевые тактики при проведении PR-кампаний; создать представление об основных требованиях, предъявляемых к PR-текстам.

Данный курс позволяет раскрывать и развивать творческий потенциал участников занятий, показать важность внутреннего мироощущения каждого участника группы, как для процесса саморазвития личности, так и для группы в целом.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию;

ОПК-3 - обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

ПК-2 - владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### **знать:**

- основы русского языка и культуры речи, стилистики и литературного редактирования, основы теории коммуникации;
- иметь представление о психологии творческого процесса, эффективных приемах и методах профессиональной коммуникативной деятельности, о характеристиках креативной среды, существующих барьерах проявления креативности.

#### **уметь:**

- использовать литературные и стилистические приемы, подбирать аргументы в построении устной или письменной речи;
- применять приемы эффективного общения;
- разрабатывать рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- применять полученные знания при решении не только учебных, но и реальных социальных и профессиональных задач;
- самостоятельно выделять и использовать в информационной и профессиональной деятельности основные формы и методы творчества; понимать функции, задачи, направления деятельности и способы воздействия на аудиторию;
- разбираться в различных видах коммуникации, преодолевать коммуникативные барьеры и управлять коммуникативным процессом;

#### **владеть навыками (в соответствии с ФГОС ВО):**

- эффективной коммуникации;
- управления креативным процессом;
- самообразования и саморазвития;
- культурой мышления, применять на практике полученные знания и самостоятельно расширять и углублять их.

**Содержание дисциплины:** Методология и методы творчества. Акмеологические условия и факторы творческой деятельности. Психологические предпосылки проблемы творчества. Основные психолого-акмеологические подходы к развитию

профессиональной и личностной креативности. Технологии развития креативного компонента акмеологической культуры PR-специалиста.

**Форма контроля:** зачет, зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 144 час., 4 з.е.

### **Б1.Б.24 Стилистика и литературное редактирование**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель** дисциплины - повышение уровня владения устной и письменной речью, ознакомление студентов с общетеоретическими вопросами стилистики и литературного редактирования, выработка практических навыков работы с текстами разных функциональных стилей, функционально-смысловых типов речи, формирование коммуникативной компетенции студентов.

**Объектом** изучения данной дисциплины является употребление языка и текст; **предметом** - стилистические ресурсы языка, функциональные разновидности русского литературного языка, функционально-смысловые типы речи, стилистика текста, редактирование и редакторский анализ текстов различного типа и стилей.

#### **Задачи изучения дисциплины:**

- ознакомить студентов с основными направлениями стилистики как науки;
- дать представление об основных понятиях и категориях стилистики;
- ознакомить студентов со стилистическими возможностями лексики, морфологии, словообразования и синтаксиса;
- дать описание стилистической системы русского литературного языка;
- раскрыть лингвистические и экстралингвистические особенности функциональных разновидностей современного русского литературного языка;
- выработать навыки лингвистического анализа, продуцирования и редактирования текстов разных стилей;
- совершенствовать навыки студентов в составлении текстов разных жанров;
- обучить способам трансформации несловесного материала (изображений и цифровых данных: схем, графиков, таблиц и т. п.) в словесный, а также различным возможностям перехода от одного типа словесного материала к другому (например, от плана к связному тексту).
- выработать навыки многоаспектного анализа текста;
- научить основным приемам редактирования текста, анализу стилистических ошибок, их исправлению.

#### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-5 -способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОПК-3 -обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

В результате изучения дисциплины студент должен

#### ***Знать:***

- роль стилистики как науки и задачи стилистического анализа текста;
- функциональный потенциал средств русского языка;

- лексические, грамматические и стилистические нормы литературного языка;
- специфику использования языковых средств в устной и письменной формах различных функциональных стилей литературного языка;
- анализировать семантику, смысл, коммуникативную направленность текста;
- основные приемы и принципы редакторской правки текста;

**Уметь:**

- использовать потенциал языковых средств для решения практических задач;
- проводить редакторскую оценку текстов разных стилей и жанров, в том числе с точки зрения их прагматического потенциала;
- продуцировать связные письменные и устные монологические тексты в соответствии с коммуникативными намерениями и ситуацией общения;
- строить и редактировать тексты разных функциональных стилей;

**Владеть:**

- навыками создания текстом в соответствии с теми или иными задачами социального взаимодействия;
- нормами устной и письменной литературной речи;
- навыками составления текстов различных функциональных стилей в соответствии с жанровыми требованиями, законами композиции, правилами русского языка;
- навыками использования богатого лексического запаса с учетом нюансов в значениях слов;
- навыками отбора стилистически адекватных языковых средств в зависимости от задачи составляемого текста;
- принципами редактирования текстов разных жанров с учетом принятой системы специальных редакторских терминов и знаков.

**Содержание дисциплины:** Предмет и задачи стилистики как лингвистической дисциплины. Понятие стилистической нормы. Стилистические ресурсы русского языка. Объект, предмет и задачи стилистики. Стилистика языка. Стилистика речи. Стилистические нормы. Понятие стилистической системы языка. Фонетическая стилистика. Варианты произношения в стилистическом аспекте. Благозвучие русской речи. Лексическая стилистика. Стилистическая коннотация. Стилистические средства фразеологии. Фразеология нейтральная, книжная, разговорная, просторечная. Стилистические возможности словообразования. Словообразовательная синонимия. Морфологическая стилистика. Стилистика существительных, прилагательных, числительных, местоимений, глаголов, наречий. Стилистические функции междометий. Синтаксическая стилистика. Стилистические средства синтаксиса. Синонимия глагольных и именных словосочетаний. Стилистика текста. Понятия о тексте. Функциональные разновидности современного русского литературного языка. Понятие о функциональных стилях. Научный стиль. Оформление и редактирование научного текста. Общая характеристика научного стиля. Стилиевые черты: точность, логичность, ясность, обобщенность. Официально-деловой стиль. Виды деловых бумаг. Особенности официально-делового стиля. Публицистический стиль. Соединение экспрессии и стандарта как отличительная черта публицистического стиля. Основные подстили. Жанровая дифференциация и отбор языковых средств в публицистическом стиле. Оценочность, полемичность, разнообразие лексики и синтаксиса. Разговорно-бытовой стиль. Язык художественной литературы. Использование всех форм общенационального языка в языке художественной литературы. Роль языка художественной литературы в формировании национального русского литературного языка.

**Форма контроля:** экзамен

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

### **Б1.Б.25 История мировой литературы и искусства**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

##### **Цели:**

- ознакомление обучающихся с концептуальными основами мирового художественного процесса, основными формами и технологиями современного искусства;
- расширение эстетического мировоззрения на основе знания ключевых художественных форм и языков;
- углубление навыков эстетической и художественной культуры.

##### **Задачи:**

- изучение базовых принципов художественной картины мира и определение места в ней человека;
- формирование представлений о мировом художественном процессе, своеобразии отечественной литературы и искусства, принципах функционирования основных художественных форм и языков;
- формирование умения анализировать художественные тексты традиционного и современного искусства;
- формирование навыков взаимодействия человека с эстетической средой и развитие активного интереса к современному художественному процессу.

##### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-2 - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

##### ***Знать:***

- базовые понятия культурологии, современной системы искусств;
- место зрелищного искусства в коммуникативной ситуации XXI века, технологическую базу образования новых форм искусства;
- о литературе и искусстве как универсальных способах познания мира, а также об эстетике как науке о творчестве и формах прекрасного в искусстве и в жизни;
- об основных литературных методах и художественных стилях, о классических образцах мировой литературы и искусства; о социокультурной специфике той или иной страны.

##### ***Уметь:***

- понимать и адекватно оценивать явления художественной культуры;
- понимать и интерпретировать способы выражения национального менталитета в литературе и искусстве и определять наиболее характерные, с этой точки зрения, произведения художественной культуры;
- воспринимать человека как творца культуры и одновременно как результат социокультурного развития того или иного общества;
- выделять общие и особенные черты в художественных культурах разных стран, понимать специфику художественного образа;
- использовать знания художественных методов и стилей в своей профессиональной деятельности;

##### ***Владеть навыками:***

- толерантного и уважительного отношения к ценностям «чужой» культуры и ее представителям;
- социального взаимодействия на основе принятых в обществе моральных и правовых норм;

- комплексного, системного анализа произведений искусства, явлений художественной жизни и художественных процессов;
- применения художественных методов и стилей в коммуникационных кампаниях и мероприятиях.

**Содержание дисциплины:** Литература и искусство как формы познания действительности. Искусство и литература античности. Искусство и литература европейского средневековья и эпохи Возрождения. Искусство и литература XVII-XVIII веков. Искусство и литература XIX века. Искусство и литература XX-XXI веков.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

### **Б1.Б.26 Спецпрактикум**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Основной целью дисциплины** «Спецпрактикум» является формирование профессиональных компетенций студента с помощью проведения комплекса практических и научно-исследовательских работ и на их основе овладение профессиональной деятельностью.

В рамках реализации сформулированной цели, **основные задачи** курса «Спецпрактикум» определяются следующим образом:

- закрепление и углубление теоретических знаний в области управления коммуникациями и установление их связи с практикой;
- преобразование приобретенных теоретических знаний в систему профессиональных умений;
- формирование профессиональных умений и навыков на основе осуществления профессиональных видов деятельности;
- развитие личностных качеств, необходимых в профессиональной деятельности;
- развитие творческого и научно-исследовательского подхода к решению профессиональных задач;
- овладение современными методами сбора, анализа и обработки научной информации по проблеме;
- подбор и анализ основной и дополнительной литературы в соответствии с проблематикой работ, выполняемых во время спецпрактикума.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОПК-1- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ОПК-3 - обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

ПК-2 - владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- историю становления социологии рекламы;
- основы теории рекламы, закономерности формирования и функционирования рекламы как массового явления и специфического типа коммуникативного взаимодействия;

**Уметь:**

- использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения проблем рекламы и рекламного дела;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы с точки зрения проблематики рекламы и рекламного дела;

**Владеть:**

- навыками исследований в области рекламы и рекламного дела, разработки основанных на профессиональных социологических знаниях предложений и рекомендаций по решению проблем рекламы и рекламного дела.

**Содержание дисциплины:** Редколлегия: организация работы. Тематическая разработка номера. «Гвоздь» номера: определение понятия. Пополосная тематическая разметка номера. Жанровое разнообразие номера. Распределение обязанностей между журналистами по подготовке материалов номера. Построение внешней и внутренней коммуникации, как канала эффективной деятельности. Функции отделов. Знакомство с основными отчетными формами: презентация, пресс-кит, пресс-релиз, план номера, перспективный план. Структура редакции журнала. Миссия и корпоративные ценности. Направление деятельности и виды услуг. Знакомство с портфолио издания и наиболее яркими и запоминающимися реализованными проектами. Формы и методы сбора информации. Работа с архивом информации. Технические средства, применяемые при сборе и обработке информации. Анализ полученной информации в контексте задач корпоративного издания.

**Форма контроля:** зачет

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

## **Б1.Б.27 Современный русский литературный язык**

### **Б1.Б.27.1 Лексикология и словообразование**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:**

- приобретение студентами серьезных теоретических знаний в области русистики, а также прочных умений и навыков анализа языковых единиц разных уровней.

**Задачи дисциплины:**

- изучение теоретических основ современного русского литературного языка. Формирование самостоятельного творческого осмысления фактов языка с учетом тенденций в их развитии и нового истолкования в науке;
- воспитание у студентов любви к русскому языку, развитие языкового вкуса, чувства слова;
- совершенствование владения нормами литературного языка;
- использование технических средств обучения, информационных и компьютерных технологий;
- воспитание учащихся как формирование у них духовных, нравственных ценностей и патриотических убеждений на основе индивидуального подхода;

**Требования к результатам освоения курса:**



В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОПК-3 - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связи с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**знать:**

– особенности лексических, словообразовательных единиц русского языка, законы их функционирования, семантическую структуру слова, семантический потенциал словообразования;

**уметь:**

- выполнять лексический, словообразовательный анализ;
- вычленять семантические смыслы в структуре слов непроизводных и производных, оценивать их коммуникативный потенциал;
- определять связи лексем русского языка и их типологические соотношения с другими языками;
- ориентироваться в дискуссионных вопросах языкознания и этапах его развития;

**владеть:**

- навыками эффективного использования слов в коммуникативных целях, в разных дискурсивных пространствах, в сочетании с другими семиотическими единицами использования.

**Содержание дисциплины:** Современный русский язык как предмет научного изучения. Связи курса «Современный русский литературный язык» с другими дисциплинами. Русский язык — национальный язык русского народа. Русский язык как отражение истории и культуры русского народа. Современный русский язык как этап исторического развития русского языка. Вопрос о хронологических рамках современного русского языка. Литературный язык как нормированная форма общенародного языка. Письменная и устная формы литературного языка, их основные различия. Функциональные стили современного русского языка. Значение литературного произношения. Культурно-исторические основы русской орфоэпии. Стили произношения. Причины отступлений от литературного произношения. Современные орфоэпические нормы в области гласных, согласных и их сочетаний, а также отдельных грамматических форм. Особенности произношения заимствованных слов. Варианты литературных произносительных норм. Лексикология как раздел науки о языке. Предмет, задачи и разделы лексикологии. Место лексикологии в системе науки о языке. Понятие о слове как основной единице языка. Важнейшие признаки и функции слова. Основные подходы к определению сущности слова в истории языкознания. Словообразование как учение о морфемике и деривации. Связь словообразовательной системы с лексикой и грамматикой. Специфика словообразовательного яруса языка. Словообразование синхронное и историческое.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

## **Б1.Б.27.2 Основы синтаксиса и пунктуации**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Целью дисциплины** «Современный русский литературный язык. Основы синтаксиса и пунктуации» является формирование у студентов системы научных и практических знаний и умений в области синтаксиса и пунктуации современного русского языка.

**Задачи дисциплины:**

- обучение студентов основным теоретическим положениям синтаксиса и его метаязыку;
- формирование у студентов необходимого уровня лингвистической подготовки для понимания системной организации синтаксиса, специфики функционирования синтаксических единиц;
- приобретение практических навыков анализа синтаксических единиц в единстве их структурных связей, смысловых отношений и особенностей функционирования;
- приобретение практических навыков правильной постановки знаков препинания;
- формирование умений применять полученные знания на практике;
- подготовка студентов к самостоятельному освоению новейших достижений в области синтаксиса.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОПК-3 - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### **знать:**

- основные понятия и терминологический аппарат синтаксиса;
- структурно-семантические особенности синтаксических единиц;
- функции синтаксических единиц;
- способы актуализации смыслового центра синтаксических единиц;
- зоны переходности синтаксических единиц;
- основные правила пунктуации.

#### **уметь:**

- осуществлять анализ синтаксических единиц в структурно-семантическом, функциональном и коммуникативном аспектах;
- характеризовать синтаксические единицы, находящиеся в зоне переходности;
- использовать синтаксические знания при применении правил пунктуации;

#### **владеть навыками:**

- анализа синтаксических единиц;
- квалификации синтаксических явлений, находящихся в зоне переходности;
- пунктуационного анализа.

**Содержание дисциплины:** Система синтаксических единиц. Синтаксические связи и смысловые отношения. Средства выражения синтаксических связей и отношений. Виды сочетаний слов в предложении. Принципы классификации словосочетания. Членимые и нечленимые словосочетания. Общее понятие о членах предложения. Предикативная основа двусоставного предложения. Подлежащее, его семантика и способы выражения. Структурно-семантические типы сказуемого. Связь между подлежащим и сказуемым. Личные односоставные предложения. Безличные и инфинитивные предложения. Номинативные и генитивные предложения. Классификация сложного предложения. Сложносочиненное предложение. Сложноподчиненное предложение. Предложения нерасчлененной структуры. Сложноподчиненные предложения расчлененной структуры. Многочленное сложное предложение. Коммуникативный аспект изучения предложения. Сложное синтаксическое целое. Пунктуация.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

## **Б1.Б.28 Радио- и тележурналистика**

### **Цели и задачи дисциплины:**

#### **Цели курса:**

- познакомить студентов с основными понятиями, принципами, формами деятельности радио- и тележурналиста;
- сформировать коммуникативные умения, необходимые для руководства школьными радиоканалом и телестудией;
- подготовить студентов к созданию и выпуску учебных радиийных и телевизионных программ.

#### **Задачи курса:**

- сформировать представление о специфике радио- и тележурналистики в системе средств массовых коммуникаций;
- познакомить с системой жанров телевизионной и радиожурналистики;
- научить элементарным умениям подготовки и редактирования журналистских материалов для ТВ;
- познакомить с основами профессиональной деятельности теле- и радиожурналиста;
- подготовить к созданию и выпуску радиийной и телевизионной программ

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-6** - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- основные понятия, принципы и формы деятельности теле- и радио-журналиста;

#### ***Уметь:***

- отбирать и редактировать информацию для радио- и телепрограмм с учетом слушательской/зрительской аудиторий; создавать материалы для РВ и ТВ;
- подготовить к выпуску радио- и телепрограммы (фрагменты).

#### ***Владеть:***

- способами создания радио и телепрограмм;
- продвижения информационного продукта в слушательской/зрительской аудиториях.

**Содержание дисциплины:** Радио и телевидение в системе современных каналов коммуникации. Функции ТВ и РВ (информационная, культурно-просветительская, интегративная, социально-педагогическая, организаторская, образовательная, рекреативная). Технологические и экономические основы. История РВ и ТВ в России (общее представление).

Предварительная подготовка к эфиру. Общение в работе теле и радиожурналиста. Работа репортёра в прямом эфире, экстремальных условиях. Репортёр на событии: подготовка к передаче в записи. Работа с режиссёром. Журналистские профессии на ТВ (редактор, телерепортёр, комментатор и обозреватель, ведущий новостей). Понятие о жанре. Информационные, аналитические, документально-публицистические, художественно-публицистические жанры. Формы радиожурналистики (формы вещания): новостные программы, радиоканал, авторские программы, игровые программы, программы журнального типа, программы клубного типа, программы-диалоги, программы-обозрения. Виды телевизионного вещания: программы теленовостей, молодёжные телепрограммы, музыкальное ТВ, экологические программы. Формообразующие (слово, музыка и шумы,

«картинка») и стилиобразующие (реверберация, прием «буратино», звуковая мизансцена, голосовой грим, акустический монтаж, параллельный монтаж, последовательный монтаж, акустический коллаж) средства радиожурналистики. Документ и обобщение в структуре радио- и телепередач. Репортаж (общая характеристика) Репортажность. Виды репортажа. Информационный повод. Тема репортажа. Подводка ведущего. Текст. Основные принципы подготовки текста. Структура и композиция теле- и радиорепортажа. Временные обстоятельства. Указание источников информации и цитирование. Понятие «аудитория СМИ». Формы и методы изучения теле- радиоаудитории (дневник телезрителя/радиослушателя, интервью по телефону, анкетирование и др.). Рейтинг передачи.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.Б.29 Телекоммуникационные и компьютерные технологии в СО и рекламе**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

##### **Цель курса:**

- сформировать у студентов представление о современных формах рекламной деятельности, умение ориентироваться в вопросах получения, обработки, необходимой для рекламной деятельности информации;
- ознакомить с алгоритмами подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, оценки эффективности рекламной деятельности;
- изучить основные формы использования информационных технологий в рекламной деятельности;
- развить умения целенаправленно использовать различные информационные технологии для создания конкретного рекламного продукта.

##### **Задачи курса:**

Для достижения образовательных целей студентам необходимо освоить:

- теоретический материал, основное содержание которого включает рассмотрение вопросов информатизации общества, роль и место информационных ресурсов в экономической деятельности, изучение технических и программных средств реализации информационных процессов, изучение инструментария решения функциональных задач средствами информационных технологий;
- практическую часть курса в форме компьютерных практикумов, назначением которых является обучение студентов курса навыкам работы с прикладным программным обеспечением для выполнения профессиональных задач.

#### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-6** - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

В результате изучения дисциплины студент должен:

##### ***Знать:***

- основные понятия информатики, методы и приёмы информационных технологий;

##### ***Уметь:***

- использовать в профессиональной деятельности возможности вычислительной техники и программного обеспечения;

- создавать базы данных;
- использовать ресурсы Интернет;

**Владеть:**

- средствами компьютерной графики (ввод, вывод, отображение, преобразование и редактирование графических объектов на персональной электронно-вычислительной машине (ПЭВМ));
- основными методами работы на ПЭВМ с прикладными программными средствами;
- навыками составления статистических отчетов;
- навыками работы в компьютерной сети Интернет.

**Содержание дисциплины:** Модуль 1. Информационное общество. Модуль 2. Телекоммуникационные технологии. Модуль 3. Глобальная сеть Интернет. Модуль 4. Компьютерные технологии общего назначения. Модуль 5. Компьютерные технологии специального назначения.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

### **Б1.Б.30 Реклама в коммуникационном процессе**

**Цели и задачи дисциплины:**

Основная цель курса - 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 сообщения.

Специалисты по связям с общественностью, реализующие свои цели с помощью рекламы, должны четко знать место рекламы в общей информационной технологии, а также в системе рекламных потоков. Курс базируется на обобщении теоретических разработок по данной проблематике, существующих в профессиональной литературе, носит проблемный и прикладной характер, призван дать студентам необходимые знания и навыки по важнейшим аспектам рекламной деятельности. Данный курс ориентирован также на повышение гуманистической составляющей при подготовке специалистов и базируется на знаниях, полученных при изучении социально-экономических, естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин.

В ходе изучения курса предстоит решить следующие задачи:

- получение комплекса знаний о месте рекламы в информационной индустрии и в информационных технологиях;
- формирование знаний о механизмах действия рекламы;
- ознакомление студентов с технологиями рекламного воздействия в их историческом развитии и практическом применении;

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОПК-1 – способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ОПК-2 – владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

В результате изучения дисциплины студент должен:

***Знать:***

- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; основные принципы, функции и приемы менеджмента;
- принципы построения организационных структур и распределения функций управления; формы участия персонала в управлении;
- роль, принципы и функции маркетинга, технологию проведения социологических и маркетинговых исследований;
- основы социологии и социологических исследований;
- основы социологии и психологии массовых коммуникаций, правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес-этикет, принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций;
- основы правового саморегулирования рекламной деятельности.

***Уметь:***

- самостоятельно и в творческом коллективе выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;
- проводить анализ аудитории, рекламных кампаний и материалов,
- решать задачи комплексного планирования и проектирования рекламных кампаний, а также их поэтапной реализации,
- проводить рекламно-маркетинговые исследования,
- разрабатывать и проектировать рекламные материалы,
- планировать размещение рекламы в средствах массовой информации и коммуникации.

***Владеть:***

- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности;
- навыками проведения ситуационного анализа;
- приемами и методами разработки эффективных рекламных решений (креатива);
- программными средствами оптимизации творческого процесса;
- методами критического анализа рекламных материалов;
- принципами ведения переговоров;
- навыками работы с рекламными и PR-текстами на родном иностранном языках;
- способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена;
- методами коммуникации в кросс-культурном пространстве.

**Содержание дисциплины:** Сущность, цели и задачи рекламы. Классификация рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Средства распространения рекламы. Основы разработки рекламных обращений. Виды рекламных кампаний. Социальная реклама. Кросскультурный анализ рекламной коммуникации. Общество и реклама: способы регуляции. Реклама в обществе: эффект и эффективность.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

**Б1.В. Вариативная часть**  
**Б1.В.ОД Обязательные дисциплины**

**Б1.В.ОД.1 Технология производства рекламных продуктов**

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель: формирование у обучающихся комплексных знаний о важнейшем компоненте рекламной деятельности – создании рекламного продукта.

**Задачи:**

- ознакомить обучающихся с ролью и функциями дизайнеров, криэйтеров, копирайтеров в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий и организаций;
- сформировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и, его наиболее важных составных частях и видах;
- способствовать изучению основных подходов к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации;
- вооружить студентов методиками тестирования и экспертной оценки рекламного продукта для определения его эффективности и соответствия правовыми и этическими нормами.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-3:** обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

**ПК-6:** способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** структуру, принципы организации, а также формы и методы работы пресс-службы, пресс-центра, отдела по СО и рекламы; типологию и принципы создания рекламного продукта и продукта в сфере PR.

**Уметь:** управлять общественным мнением и организовывать PR - мероприятия; выстраивать взаимоотношения общества и государственных органов или коммерческих структур.

**Владеть:** основными технологиями создания и внедрения образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации - фирмы, бренда) в ценностный ряд социальной группы; навыками организации работы пресс-службы, пресс-центра, отдела по связям с общественностью и рекламы.

**Содержание дисциплины:** Представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности - создании рекламного продукта. Разработка творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие. Художественное воплощение рекламного продукта (дизайн, режиссура производства и т.д.). Теория имиджа Д. Огилви. Теория уникального торгового предложения (УТП). Теория "неопровержимых фактов". Теория позиционирования Дж. Траута и Э. Райса, Л. Ческина. Понятие рекламной концепции и рекламной идеи. Различия индивидуального и массового восприятия. Имидж и стереотипы в рекламе. Мотивационные характеристики аудитории. Учет индивидуальных особенностей потребителей рекламной информации. Пирамида Маслоу. Знак, символ, миф в рекламе. Семиотика как область науки. Реклама как семиотическая система.

Семантическая структура рекламного продукта. Многослойность и полисемия знака. Семиотические модели в рекламе. Вербальная, графическая и звуковая интертекстуальность. Семиотический анализ рекламного продукта. Разработка основной идеи рекламы и цели создания качественного текста. Модель AISDA Терминология рекламных текстов: заголовки, слоганы, подзаголовки, основной текст, врез, вставки и рамки, девизы, иллюстрации, печати, логотипы и автографы. Разработка названий для товаров - brand name. Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.В.ДВ Дисциплины по выбору**

#### **Б1.В.ДВ Элективные курсы по физической культуре и спорту**

##### **Цели и задачи дисциплины:**

*Цель курса:* формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

*Задачи курса:*

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание научно- биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- 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;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

##### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-8** – способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- место физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке специалиста;
- законодательство Российской Федерации в области физической культуры и спорта;
- научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни;



- методику профессионально-прикладной физической подготовки и самостоятельных занятий различной целевой направленности.

Уметь:

- творчески использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования и формирования здорового образа и стиля жизни;
- составлять комплексы физических упражнений для самостоятельных занятий и вести дневник самоконтроля;
- выполнять основные приемы самомассажа и релаксации, защиты и самообороны, страховки и самостраховки.

Владеть:

- средствами и методами укрепления индивидуального здоровья и физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности;
- практическими навыками здорового образа и стиля жизни;
- методами оценки и контроля физического развития, физической и функциональной подготовленности.

**Содержание дисциплины:** Отделение «Аэробика». Составление комплекса базовой аэробики. Составление комплексов калестеники, стрейчинга. Спец.мед.группа. Составление комплексов физических упражнений для самостоятельных занятий (учебно-тренировочные занятия). Отделение «ОФП». Составление комплексов физических упражнений для самостоятельных занятий (учебно-тренировочные занятия). Отделение «спортивные игры». Составление комплексов физических упражнений для самостоятельных занятий (учебно-тренировочные занятия). Отделение «плавание». Выполнение тематической письменной работы (реферата). Правила соревнований по плаванию. Составление комплекса подводящих упражнений по технике плавания.

**Форма контроля:** зачет (1, 2 семестры 1 курса, 3-4 семестры 2 курса, 5-6 семестры 3 курса).

**Общая трудоемкость дисциплины:** 328 час.

### **Б1.В.ДВ.1.1 Адаптационный модуль**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов представления о закономерностях и механизмах адаптации личности в социуме.

**К задачам** дисциплины можно отнести:

- сформировать у студентов комплекс знаний о закономерностях социально-психологической адаптации личности;
- способствовать формированию знаний и представлений о разных формах социально-психологической дезадаптации и патогенных реакций на различные стрессы;
- представить методы диагностики социально-психологической адаптации личности;
- раскрыть технологии и методы, позволяющие осуществлять оптимизацию социально-психологической адаптации.

#### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-6** – *способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.*

**ПК-2** – *владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.*

В результате освоения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- основные теории социально-психологической адаптации;
- закономерности и механизмы социально-психологической адаптации;
- признаки дезадаптивного поведения личности и пути его профилактики;
- содержание основных психологических технологий оптимизации адаптационного процесса личности.

**Уметь:**

- пользоваться учебной и научной литературой, а также работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- анализировать закономерности процессов социально-психологической адаптации в связи с детерминированностью психики объективными и субъективными условиями;
- использовать полученные знания при объяснении особенностей социально-психологического взаимодействия личности и социума.

**Владеть:**

- основами диагностики социально-психологической адаптации личности;
- навыком распознавания и дифференциации социально-психологической дезадаптации;
- навыком поиска, обработки и корректного использования информации по изучаемой дисциплине (в том числе с использованием интернет-источников).

**Содержание дисциплины:** Концептуальная сущность социально-психологической адаптации. Стрессоустойчивость и адаптация. Социально-психологическая адаптация личности к профессиональной деятельности. Оптимизация адаптационного процесса личности.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 36 час., 1 з.е.

### **Б1.В.ДВ.1.2 Основы библиографии**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цель курса** формирование у студентов информационной культуры и основ библиографической грамотности.

**Основные задачи дисциплины:**

- формирование навыков информационного поиска, взаимодействия с электронными базами данных, электронными ресурсами и традиционными носителями информации;
- навыков самостоятельного отбора, структурирования и систематизации информации;
- расширение кругозора студентов, воспитание интереса к истории;
- воспитание уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-6** – *способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением*

информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

**ПК-2** – владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

В результате изучения дисциплины и ряда смежных дисциплин студент должен:

**Знать**

- традиционные и электронные информационные ресурсы;
- методы информационно-библиографического поиска;
- правила библиографического описания различных документов;
- правила составления и оформления библиографического списка литературы.

**Уметь:**

- использовать справочную литературу, комментарии, ссылки, сноски и т. д. - при решении профессиональных и научных задач;
- целенаправленно подбирать библиографические источники по конкретной теме исследования / профессиональной деятельности;

**Владеть:**

- навыками работы с профессиональной литературой;
- умениями правильного оформления научного исследования (от титульного листа до списка литературы);

**Содержание дисциплины:** Библиография в профессиональной подготовке специалиста. Система библиотечных каталогов и библиографических картотек КГУ им. К.Э. Циолковского. Методика информационного поиска. Правила библиографического описания.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 36 час., 1 з.е.

### **Б1.В.ДВ.2.1 Политическая география**

**Цели и задачи дисциплины:**

Цели:

- изучить место и роль связей с общественностью в политическом процессе современной России;
- сформировать у будущих специалистов прочные теоретические знания, практические навыки, позволяющие анализировать политическую ситуацию в мире, России и использовать эти знания в научных, проектных, образовательных организациях, а также административных и предпринимательских структурах.

**Задачами** обучения являются:

- формирование политической карты мира и отдельных его регионов ;
- анализ изменения в политических границах;
- изучение особенности государственного строя;
- исследование деятельности политических партий , группировок и блоков;
- изучение территориальных аспектов массовых избирательных кампаний (так называемая "электоральная" география).

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-2** владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

**ПК-1** способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

**ПК-10** способностью организовывать и проводить социологические исследования.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- основные этапы формирования политической карты мира ;
- пространственную картину очагов сепаратизма и политической нестабильности в современном мире;
- основные подходы и принципы региональной дифференциации политической карты мира;
- методику политико-географических исследований государства;

**Уметь:**

- анализировать новейшие территориальные трансформации политической карты мира;
- применять политико-географические знания для адекватного анализа системы современных международных отношений ; свободно использовать понятийно - терминологический аппарат в ходе дальнейшего обучения;
- применять на практике методы политико-географических исследований;
- находить необходимую политико-географическую информацию для организации собственной научно -исследовательской работы ; анализировать и давать экспертные оценки современным политико-географическим исследованиям.

**Владеть:**

- методикой оценки политико-географического положения государств мира;
- практическими навыками умения проводить компаративный анализ происходящих в мире социально-экономических и политических процессов.

**Содержание дисциплины:** Введение в политическую географию. История политической географии. Государствоведение. Основные концепции отношений «центр-периферия».

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.В.ДВ.2.2 СМИ и политика**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цель:** изучить место и роль журналистики в политическом процессе современной России

**Задачи:**

- сформировать у студентов представление сущности политического дискурса и роли СМИ в его формировании;
- выработать у слушателей курса навыки анализа взаимодействия СМИ как субъекта политического процесса со структурами власти, политическими организациями, другими субъектами политического процесса.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-2** - владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

**ПК-1** - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

**ПК-10** - способностью организовывать и проводить социологические исследования.

В результате изучения дисциплины студент должен:

***Знать:***

- историю изучения вопроса влияния СМИ на политическое самосознание граждан;
- основные концепции участия СМИ в политическом процессе;
- законодательные ограничения участия СМИ в избирательном процессе;
- принципы участия массмедиа в процедурах легитимации власти;
- о роли СМИ в модернизации политической системы современной России.

***Уметь:***

- грамотно и эффективно организовывать коммуникацию с политическими институтами и деятелями;
- выстраивать обоснованную информационную политику средства массовой информации в части участия в политической жизни или отражения ее событий;
- эффективно планировать развитие СМИ и его маркетинговой модели с учетом имеющихся возможностей и перспектив развития страны, региона, города.

***Владеть:***

- информацией о научных исследованиях в данной сфере, отечественном и зарубежном профессиональном опыте, владение методами ее получения, анализа и накопления;
- навыками самостоятельной научно-исследовательской работы: умение анализировать литературу по теме, разработать концептуально-методологические основы, выделить и обосновать проблему, определить объект и предмет, сформулировать цель, задачи, гипотезы, выбрать адекватные методы исследования.

**Содержание дисциплины:** Роль и функции политических коммуникаций в информационном пространстве. Медиатизация политики. СМИ как элемент публичной политической коммуникации. Технологии воздействия СМИ на политический процесс.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.В.ДВ.3.1 Конфликтология**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:**

- освоение студентами теоретических знаний, а также развитие практических навыков и умений по эффективному разрешению конфликтов;
- формирование и развитие коммуникативной компетентности как одного из профессионально-значимых качеств бакалавра.

**Задачи дисциплины:**

- сформировать теоретические представления о природе, структуре, видах, стратегиях поведения в конфликте;

- обеспечить развитие умений гибкого применения стратегий поведения в конфликте при возникновении различного рода сложных ситуаций;
- способствовать формированию представлений о техниках конструктивного взаимодействия;
- создать условия для формирования навыка осуществления сотрудничества в конфликтных ситуациях;
- способствовать осознанию студентами собственных стратегий поведения в конфликте;
- обеспечить развитие навыков саморегуляции психоэмоционального состояния в конфликте;
- создать условия для развития мотивации студентов на самоисследование и саморазвитие.

### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-2** – владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

**ПК-3** - владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- природу конфликта, его структуру, виды, детерминирующие факторы, особенности динамики протекания конфликтов в различных сферах;
- стратегии поведения, применяемые в конфликтной ситуации, их преимущества, ограничения, сферу использования;
- возможные способы работы с конфликтами;
- условия, обеспечивающие предупреждение, разрешение и управление конфликтами;
- характеристики дискомфортного и комфортного психоэмоционального состояний;
- приемы и методы саморегуляции и снижения эмоционального напряжения у собеседников;
- виды и техники слушания;
- алгоритм осуществления сотрудничества.

#### ***Уметь:***

- применять различные стратегии поведения в зависимости от ситуации;
- выявлять истинные мотивы и причины конфликтного взаимодействия;
- адекватно применять техники слушания;
- формулировать Я-высказывания;
- регулировать своё психоэмоциональное состояние;
- подготавливать и осуществлять сотрудничество при разрешении конфликтных ситуаций;
- применять тестовые методы для изучения собственной личности;
- конструктивно вести переговоры;
- выступать в роли медиатора.

**Владеть:**

- понятийным аппаратом конфликтологии;
- методами определения стратегии поведения в конфликте;
- навыками профессионального мышления, необходимыми для конструктивного взаимодействия;
- навыками рефлексии в отношении предпочитаемых стратегий поведения в конфликте;
- навыками саморегуляции;
- навыками конструктивного разрешения конфликтов.

**Содержание дисциплины:** Общая теория конфликта. Конфликтология в системе социальных дисциплин. Возникновение и развитие конфликтологии. Характеристика основных этапов развития зарубежной конфликтологии. Природа и сущность конфликта. Понятие конфликта. Конфликт как социальный феномен. Детерминация и динамика конфликта. Конфликт и культура. Общие (социально-политические, экономические, демографические, социально-политические) и частные причины конфликта. Конфликт и манипуляция. Различия поведенческих паттернов как фактор конфликта (гендерные паттерны, возрастные паттерны, характерологические паттерны). Конфликтность как личностное качество. Стратегии поведения в конфликте. Индивидуальные стратегии поведения в конфликтной ситуации: уход, уступка, соперничество, компромисс, сотрудничество. Сотрудничество как наиболее эффективная стратегия поведения в конфликте. Сущность стратегии. Проблемы, препятствующие осуществлению сотрудничества. Алгоритм осуществления сотрудничества. Виды конфликтных ситуаций. Межличностные конфликты. Специфика межличностных конфликтов. Внутригрупповые и межгрупповые конфликты. Специфика групповых конфликтов. Организационно-управленческие конфликты. Специфика возникновения и протекания организационно-управленческих конфликтов. Политические и этнонациональные конфликты. Политический конфликт как вид социального конфликта. Взаимодействие с агрессивным партнером. Взаимодействие с агрессивным и провоцирующим партнером по общению. Внутриличностные конфликты. Причины внутриличностных конфликтов. Технология разрешения конфликтов. Методы саморегуляции в конфликтных ситуациях. Телесно ориентированные методы саморегуляции (дыхательные и физические движения, методы формирования стрессоустойчивости). Основы управления конфликтами. Понятие управления конфликтом. Содержание управления конфликтами. Способы выхода из конфликта. Основные формы завершения конфликта (насилие, примирение, разъединение). Переговоры в конфликтных ситуациях. Переговоры как универсальный механизм разрешения конфликтов. Посредничество в конфликтных ситуациях. Посредничество при разрешении конфликтов. Медиация как вид посредничества. Историческое возникновение медиации. Специфика медиации. Принципы медиации.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

### **Б1.В.ДВ.3.2 Аргументация и деловая коммуникация**

**Цели и задачи дисциплины:**

Изучение дисциплины «Аргументация и деловая коммуникация» преследует **цели:**

- познакомить студентов со спецификой, местом и значением деловых коммуникаций в современном обществе и теорией аргументации;
- подготовить их к адекватной оценке коммуникационного пространства, применению полученных знаний на практике;

- обеспечить теоретическую основу для дальнейшего самостоятельного совершенствования компетентности в деловом общении как части социальной компетентности (формирование коммуникативных умений и навыков организации и проведения различных форм деловой коммуникации).

#### **Задачи курса:**

- дать студентам целостное представление о деловой коммуникации как разновидности специализированной коммуникации;
- дать представление о современных научных подходах к организации различных форм деловых коммуникаций, а также практической значимости коммуникативной компетентности в деятельности специалиста по связям с общественностью;
- сформировать коммуникативные умения и навыки, необходимые для профессиональной деятельности;
- сформировать умения выявлять психолого-коммуникативный потенциал деловых партнеров;
- сформировать осознанное отношение к выбору стратегий деловых коммуникаций.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-2** – владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

**ПК-3** - владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

В результате изучения дисциплины студент должен:

##### ***знать:***

- основы коммуникационного процесса в организации;
- основы речевой, логической культуры делового и научного общения;
- роль невербальных коммуникаций в деловом и научном общении;
- принципы и закономерности проведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телефонного делового общения;
- психологические характеристики личности и их влияние на коммуникативный процесс;

##### ***уметь:***

- применять полученные навыки для подготовки и проведения деловых переговоров и встреч, деловых совещаний;
- выступать перед аудиторией с презентацией;
- уметь анализировать проведённую деловую встречу и разговор с целью критической оценки своего поведения и учёта совершенных ошибок;
- логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;

##### ***владеть:***

- навыками деловых коммуникаций и теорией аргументации;



- навыками подготовки публичных выступлений;
- современными навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций.

**Содержание дисциплины:** Понятие коммуникации в различных науках: социологии, лингвистике, психологии. Сравнительный анализ понятий «общение», «коммуникация» и «межличностные отношения». Коммуникация как обмен информацией. Понятие коммуникативной компетентности. Структура коммуникационного процесса. Три типа деловых навыков, необходимых в управлении. Современная теоретическая концепция культуры речи и теории аргументации. Нормативный, коммуникативный, этический аспекты культуры речи. Понятие о литературном языке, нелитературных вариантах языка (диалекты, просторечие, жаргон). Коммуникация как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности. Механизмы воздействия в процессе общения. Взаимопонимание как основа и цель делового общения. Человеческая речь как источник информации. Речевые средства общения и аргументации. Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание: коммуникативная компетентность, социальные роли, коммуникативный контекст, коммуникативная установка, этнокультурные особенности. Инновационные формы деловой коммуникации: пресс-конференция, торги, презентация. Переговоры, основные понятия. Принципы поведения на переговорах. Манипуляции в общении и их характеристики. Деловое письмо. Виды, структура и принципы составления деловых писем. Классификация деловых писем. Правила оформления деловых посланий. Публичное выступление как форма деловой коммуникации. Управленческая и корпоративная этика в условиях конфликта. Современные нормы и эталоны управленческого взаимодействия.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

#### **Б1.В.ДВ.4.1 Логика**

##### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель:** формирование социально-личностных, когнитивных, ценностных и коммуникативных компетенций..

**Задачи:**

- изучить и практически освоить основные формы логического мышления,
- изучить приемы и правила аргументации,
- научить студентов использовать основные логические законы, способы доказательства и опровержения в их будущей профессиональной деятельности.

##### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ПК-1** - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- основные теоретические положения логики как науки в пределах данной программы;

**Уметь:**

- выполнять соответствующие практические задания;
- использовать основные принципы правильного мышления в учебной и профессиональной деятельности, деловом общении распознавать типичные логические ошибки;

**Владеть:**

- ☞ навыками логического мышления для выработки системного взгляда на проблемы профессиональной деятельности;
- ☞ приемами анализа, синтеза, обобщения, классификации и выявления причинно-следственных связей при оценке ситуаций;
- ☞ навыками ясного выражения своих мыслей и доказательного отстаивания собственных позиций и решений;
- ☞ навыками логического построения публичной речи, аргументации, ведения дискуссий.

**Содержание дисциплины:** Введение в дисциплину. Язык и законы логики. Формы абстрактного мышления: понятия, суждения, умозаключения. Доказательство и аргументация. Виды гипотез.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.В.ДВ.4.2 Профессиональная этика и этикет**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цели** изучения предмета:

1. Ознакомление студентов с методологическими и практическими основами культуры делового общения и норм делового этикета.
2. Освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и формирование навыков в области делового этикета (написание деловых писем, проведение презентаций, ведение переговоров, собраний, совещаний и т.д.); освоение основ межкультурных коммуникаций.

**Основные задачи** дисциплины:

- 1) изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов;
- 2) привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических задач в области делового этикета;
- 3) изучение основных составляющих делового этикета;
- 4) практическое освоение навыков делового этикета.
- 5) изучение логических основ культуры речи делового человека.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ПК-1** - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью,

проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- методологические и практические основы культуры делового общения;
- о деловом этикете как форме осуществления профессионального общения;
- нравственные и эстетические идеалы, нормы и образцы поведения в различных странах;
- источники получения информации о формировании культуры речи и делового этикета, способы ее обработки;
- методы управления этическими нормами межличностных отношений в коллективе;
- систему нравственных отношений;
- закономерности межличностных отношений;
- логические основы культуры речи.

**Уметь:**

- строить поведение в соответствии с нормами поведения в различных странах;
- применять на практике законы логики в речевом общении;
- идентифицировать и анализировать различные факторы, влияющие на формирование и развитие культуры делового общения;
- выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией делового общения;
- использовать различные словари для решения конкретных коммуникативных и познавательных задач;
- распознавать, комментировать и исправлять речевые ошибки в устной и письменной речи;
- составлять основные деловые документы;
- представлять (письменно и устно) результаты учебной, аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, реферата, информационного обзора, аналитического отчета, статьи;
- составлять заявления, резюме, письма и другие тексты официально-делового стиля;
- самостоятельно организовывать процесс повышения речевой культуры и совершенствования культуры речи.

**Владеть:**

- навыками речевого общения (публичных выступлений, аргументации и ведения дискуссий) в профессиональной (учебно-профессиональной) и официально-деловой сферах с соблюдением всех норм речевой коммуникации;
- навыками использования языковых единиц различных уровней (фонетического, лексического, грамматического, стилистического и текстового) в соответствии с конкретными коммуникативными целями и задачами;
- коммуникативной компетентностью в различных сферах общения, особенно в сфере профессионального общения, на основе знаний о русском языке как знаковой системе;
- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

- навыками применения законов логики в речевом общении;
- методами анализа и объективной оценки информации о формировании культуры речи и делового этикета из различных источников.

**Содержание дисциплины:** Сущность и виды делового этикета. Структура делового этикета. Деловой этикет при проведении мероприятий. Основные средства деловых коммуникаций в деловом этикете. Национальные особенности делового этикета. Этика делового общения и деловой этикет. Документационное обеспечение делового этикета.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.В.ДВ.5.1 Политическая реклама**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель курса:** дать базовые представления об основах рекламной деятельности в политической сфере, а также о практическом использовании рекламных технологий в конкретных ситуациях политической жизни общества.

#### **Задачи курса:**

- сформировать у студентов навыки и умения рекламной деятельности в политической сфере; четкие представления о месте политической рекламы в ходе избирательной кампании;
- рассмотреть политическую рекламу как один из факторов формирования внутреннего и внешнего имиджа государства;

#### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-5** - умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

**ПК-1** - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

**ПК-3** - владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;

**ПК-7** - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные приемы убеждения и особенности политической коммуникации,
- особенности электорального поведения,
- манипулятивные рекламные технологии.

Уметь:

- применять полученные знания в области политической рекламной коммуникации,
- участвовать в работе по описанию, прогнозированию политических коммуникационных процессов;

Владеть:

- практическими навыками создания текстов политической рекламы;
- организации и проведения рекламной кампании в сфере политики;
- методами оценки эффективности рекламной кампании.

**Содержание дисциплины:** Основные определения политической рекламы. Соотношение понятий «реклама», «связи с общественностью», «пропаганда». Коммерческая, социальная и политическая реклама. Роль и место политической рекламы в системе прикладных политических дисциплин. Функции политической рекламы: экономическая, социальная, коммуникативная, суггестивная, адаптационная. Специфика и структура политической рекламы. История возникновения политической рекламы. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Виды психологических воздействий в политической рекламе. Анализ типологии рекламы. Особенности политической радиорекламы и телерекламы. Специфика телевизионной коммуникации. Структура телевизионного образа. Медиапланирование. Выявление целевой аудитории, семантическая дифференциация. Проблемы эффективности рекламы. Имиджевые рекламные стратегии в избирательных кампаниях. Специфика и функции имиджа. Характерные особенности имиджа. Функции имиджа. Типология имиджей. Структурные составляющие политического имиджа. Персональные, социальные и символические характеристики. Характеристики, предпочтительные для российской аудитории. Основные приемы построения политического имиджа. Определение требований аудитории (сегментов аудитории). Роль рекламы в повышении имиджа политического деятеля. Этапы разработки имиджа, предвыборная легенда, рекламная идея, политический слоган, политическая символика. Схема организации рекламных мероприятий. Формирование имиджа государства, государственной службы. Имидж лидера как товар. Понятие имиджа. Характерные признаки имиджа. Имидж и стереотип. Политическая реклама как инструмент воздействия на массовое сознание. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса. Рекламные агентства и их функции. Организация и планирование рекламной работы в компании. Технологии анализа эффективности политической рекламной деятельности. Способы и виды тестирования рекламных материалов. Расчеты экономической эффективности рекламных мероприятий. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности. Федеральный закон «О рекламе» в контексте применения в политической сфере. Этическое регулирование рекламной практики.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 144 час., 4 з.е.

### **Б1.В.ДВ.5.2 Организация рекламной компании**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

Цель курса:

- подготовка выпускников к научной деятельности в области маркетинговых исследований по отдельным разделам, этапам или заданиям в соответствии с утвержденными инновационными методиками;
- подготовка выпускников к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем;
- подготовка выпускников к выбору инноваций в области маркетинговой, торговой, рекламной, логистической и товароведной деятельности;
- подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности в области маркетинга или коммерции при составлении отчетной документации, соблюдении законодательства, существующих требований и нормативов, заключении договоров, разработки и реализации стратегий и тактик;
- подготовка выпускников к полноценной социальной и профессиональной деятельности путем ведения здорового образа жизни, обеспечения безопасности жизнедеятельности, владения методами физического воспитания и укрепления здоровья.

## **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

- ОПК-5** - умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;  
**ПК-1** - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;  
**ПК-3** - владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;  
**ПК-7** - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

В результате изучения дисциплины студент должен:

### ***Знать:***

- цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения, правовое регулирование рекламной деятельности, рекламный процесс, виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний, оценку их эффективности;

### ***Уметь:***

- составлять рекламные сообщения;
- выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности;
- организовывать рекламные акции;
- оценивать их эффективность;
- применять действующее законодательство в профессиональной деятельности.

### ***Владеть:***

- навыками организации рекламной кампании и оценки эффективной рекламы.

**Содержание дисциплины:** Цели и задачи рекламы. Классификация рекламы: на виды, формы и типы, по целевой аудитории, по охватываемой территории, по средствам передачи, по функциям и целям, и другим признакам. Сфера применения: коммерческая и некоммерческая деятельность, социальные и политические отношения. Объекты рекламной деятельности: информация о товарах (услугах, работах) и организациях. История рекламного дела в России и за рубежом. Субъекты рекламной деятельности: понятие, виды (рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители, рекламополучатели -потребители рекламы), их характеристика. Рекламные агентства как самостоятельные юридические лица. Виды рекламных агентств в зависимости от особенностей их деятельности. Рекламные службы на предприятиях. Рекламные агенты: требования к ним. Рекламная коммуникативная система: понятие и назначение. Государственное регулирование рекламной деятельности в России: документы, определяющие основные положения и правила рекламной деятельности и государственные организации, контролирующие исполнение принятых документов. Федеральный закон РФ «О рекламе»: структура. Планирование рекламных акций и кампаний: понятие, назначение, их характеристика. Выбор средств распространения рекламы. Эффективность рекламы: понятие. Коммуникативная и экономическая эффективность рекламы. Тестирование рекламных акций и рекламных кампаний: основные методы, факторы, влияющие на выбор метода тестирования.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 144 час., 4 з.е.

## **Б1.В.ДВ.6.1 Сетевая журналистика**

### **Цели и задачи дисциплины:**

**Целью** курса «Сетевая журналистика» является изучение современных тенденций освоения Интернет-пространства как сферы журналистской деятельности и среды для распространения и функционирования СМИ.

#### **Задачи:**

- познакомиться с современными принципами освоения Интернет-пространства производителями и потребителями информации;
- изучить особенности конвергенции в функционировании современных СМИ;
- рассмотреть типологию сетевых СМИ;
- выработать практические навыки организации творческого процесса и легитимного использования Интернет-пространства в профессиональной деятельности журналиста.

### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ПК-6** - способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

**ПК-11** - способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

В результате освоения дисциплины «Сетевая журналистика» студент должен:

#### **Знать:**

- о конвергентных тенденциях и процессах в современных СМИ;
- о специфике коммуникативной природы сети Интернет;
- о принципах поиска информации и работы с источниками информации в сети Интернет;
- об особенностях подготовки информационного контента для Интернет-СМИ.

#### **Уметь:**

- осуществлять подготовку публикации на основе информации, полученной из источников в сети Интернет (для традиционных СМИ);
- осуществлять подготовку гипертекстового (мультимедийного) документа/публикации на основе информации, полученной из источников в сети Интернет (для Интернет-СМИ).

#### **Владеть:**

- навыками работы с гипертекстовыми документами;
- навыками работы с мультимедийным материалом и производства мультимедийного продукта.

**Содержание дисциплины:** Развитие сетевых цифровых технологий, их влияние на медиаиндустрию. Формирование интернет-аудитории, ее диверсификация. Особенности медиапотребления интернет-аудитории, изменение структуры внимания. Слияние и взаимообогащение вербального и визуального содержания. Организация традиционной редакции и организация конвергентной редакции. Анализ опыта успешных конвергентных редакций. Мультиформатность и мультиплатформенность в организации контента. Новые формы взаимодействия с целевой аудиторией. Способность редакции и журналиста «конструировать свою аудиторию», «взращивать» ее интересы и внимание. Опыт работы

с сообществом (комьюнити) успешных конвергентных редакций. Социальные сети как источники информации и корреспондентская среда. Журналист как модератор общественной дискуссии в онлайн и офлайн сфере. Авторское право, его реализация в создании сетевого содержания. Технические особенности изображений, публикуемых в WEB. Изображения для «брифа» и «тела» публикации. Технологические навыки «онлайн» журналистов. Принципы ведения профессионального блога. SEO оптимизация. Запись корреспондентского текста в цифровом формате. «Инфографическое» мышление. Выбор темы статичной инфографики. Визуальная реализация того или иного элемента и схематическое изображение на листе бумаги Инфографика на сайтах российских и зарубежных СМИ: лучшие образцы; худшие образцы.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.В.ДВ.6.2 Экология**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** знакомство студентов с основными задачами прикладной экологии и способами их решения, а также формирование у студентов целостного представления о процессах, протекающих в окружающей среде в результате эксплуатации природных ресурсов;

#### **Задачи дисциплины:**

- изучение проблемы взаимодействия человека и окружающей среды в ходе исторического развития общества и на современном этапе;
- изучение видов антропогенного воздействия на природу и их последствий для экосистем и человека;
- обучение студентов основам экологической оценки воздействий на окружающую среду и методам экологической экспертизы проектов;
- изучение принципов охраны природы и окружающей среды;
- знакомство с экологическими прогнозами и перспективами устойчивого развития человечества.

#### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ПК-6** - способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

**ПК-11** - способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### **Знать:**

- методы обработки экологической информации;

#### **Уметь:**

- анализировать и представлять экологическую информацию;

#### **Владеть:**

- навыками самостоятельного проведения научных и производственных исследований, обработки и представления научной информации.



**Содержание дисциплины:** Прикладная экология как наука. Экологический контроль состояния окружающей среды. Экология природопользования. Антропогенное воздействие на биосферу. Создание искусственных экосистем.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.В.ДВ.7.1 История русского языка**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель курса** - проследить историю развития живого народно-разговорного языка на всем его протяжении, обобщая результаты изменений на всех уровнях языковой системы.

**Задачи** университетского курса русского языка:

- сформировать знания о закономерностях развития живого русского языка на всех доступных этапах его истории;
- углубить представления о культурно-исторической обусловленности языковых преобразований, о принципах истории языка в его функциональном движении;
- выработать историческое видение современных лингвистических процессов, позволяющее осмыслить явления современного русского языка сквозь призму диахронических тенденций.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-3** – обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

**ПК-6** – способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- основные понятия и категории стилистики; систему функциональных стилей русского языка;
- конструктивные принципы селекции и комбинаторики языковых средств в разных стилях языка, обусловленных экстралингвистическими факторами;

#### ***Уметь:***

- определять принадлежность того или иного текста к определенному функциональному стилю;
- определять стилистическую окраску языковой единицы;
- создавать и редактировать тексты профессиональной коммуникации.

#### ***Владеть:***

- навыками анализа языковых фактов с позиции стилистически мотивированного и немотивированного использования их в речи;
- основными методами и приемами анализа речевых жанров в рекламной и PR-коммуникации.

**Содержание дисциплины:** Историческая грамматика русского языка как учебная и научная дисциплина. Предмет и задачи курса. Связь с другими лингвистическими курсами. Источники исторического изучения языка. Внутренняя и внешняя история языка. Понятие «русский язык». Русский литературный язык и говоры. Русский язык и его отношение к другим славянским языкам. Славянская письменность и деятельность

Кирилла и Мефодия. Письменность славян до Кирилла и Мефодия. Письменность в Древней Руси. А.Х. Востоков, Ф.И. Буслаев, И.И. Срезневский, А.И. Соболевский, А.А. Потебня, А.А. Шахматов, Р.И. Аванесов. А.М. Селищев. Вокализм и консонантизм древнерусского языка. Сторение слога. Древнейшие фонетические чередования и их роль в современном русском языке. Особенности склонения имени существительного. Типы склонения. Двойственное число. История, значение, формы в русском и славянских языках. Звательный падеж. История, значение, формы в русском и славянских языках. Категория одушевленности. Именительный и винительный падежи. Местный падеж. Разрушение пятого склонения единственного числа (со старой основой на согласный). Смещение второго склонения единственного числа существительных с первым (мужской род). Судьба существительных мужского рода четвертого склонения единственного числа со старой основой на *и* краткое. Аорист. Имперфект. Формы прошедшего времени. Перфект. Плюсquamперфект. Сослагательное наклонение. Формы будущего времени. Неизменяемые части речи.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.В.ДВ.7.2 Литературное краеведение**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины** - дать целостное представление о литературном краеведении как художественной составляющей русской и мировой литературы;

#### **Задачи дисциплины:**

- последовательно рассмотреть литературу нашего края, его основные литературные традиции;
- исследовать творчество писателей, создававших произведения на калужской земле.

#### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-3** - *обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.*

**ПК-6** - *способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;*

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- культурно-специфические особенности менталитета, представлений, установок, ценностей представителей родной культуры;
- основные факты, реалии, имена, достопримечательности, традиции родной страны;
- достижения, открытия, события из области истории, культуры, политики, социальной жизни родной страны;

#### ***Уметь:***

- использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности;
- продуцировать связные письменные и устные монологические тексты в соответствии с коммуникативными намерениями и ситуацией общения;
- строить и редактировать тексты разных функциональных стилей;
- использовать литературные и стилистические приемы, подбирать аргументы в построении устной или письменной речи;
- применять приемы эффективного общения;

**Владеть:**

- межкультурной коммуникативной компетенцией: навыками устной коммуникации (нормативным произношением и ритмом речи) и применять их в рамках тем бытового, учебного и общенаучного общения;
- социокультурной компетенцией для успешного взаимопонимания в условиях общения с представителями родной культуры;
- знаниями о родной стране и стране изучаемого языка;
- основами публичной речи – делать подготовленные сообщения;

**Содержание дисциплины:** Литературное краеведение как учебная дисциплина. Литературное краеведение и Калужский край. Оптина пустынь. Шамордино. Драматургия и фольклор. Деятельность Радищева, Державина, Пушкина, Гоголя. Деятельность литературных обществ. Исторические жанры в литературном краеведении. Деятельность Белинского, Успенского, Зайцева, Маяковского. Циолковский и Калужский край. Тема ВОВ и Калужский край.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

### **Б1.В.ДВ.8.1 Творческие технологии в рекламе**

**Цели и задачи дисциплины:**

*Цель курса:* формирование у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же его художественного воплощения.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-3:** обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

**ПК-9:** способностью проводить маркетинговые исследования.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*Знать:*

- теоретические основы и методологию организации и управления деятельностью рекламных служб и служб по связям с общественностью в целях разработки рекламных и PR-стратегий с применением креативных технологий.

*Уметь:*

- разрабатывать, планировать и организовывать творческие рекламные и PR-стратегии с использованием креативных технологий.

*Владеть:*

- навыками осуществления под контролем профессиональных функций в области разработки, планирования и организации творческих технологий в рекламе и связей с общественностью в различных структурах.

**Содержание дисциплины:** Предмет и ключевые понятия курса. Креативность как творческий процесс. Профессиональное мастерство специалиста по рекламе. Сущность

рекламного творчества. Художественно-творческое мышление как профессиональное мышление рекламиста. Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта. Технология разработки креативного брифа. Разработка креативной концепции на основе брифа. Методика «Экспресс-креатив» как творческая методика обучения креативному мышлению специалистов по рекламе.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 144 час., 4 з.е.

### **Б1.В.ДВ.8.2 Связи с общественностью в кризисных ситуациях**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

*Цель курса:* дать основополагающее представление о содержании кризисных коммуникаций, основных теоретических подходах к их исследованию, принципах наиболее оптимального использования теоретических концепций относительно планирования и реализации действий по ликвидации кризисной ситуации применительно к оперативной деятельности организации, а также раскрыть возможности рекламных и PR-технологий в преодолении кризисов.

*Задачи курса:* раскрыть особенности восприятия кризисных ситуаций, способы планирования и организации кризисных PR-кампаний; дать сравнительную оценку различным вариантам планов коммуникации в условиях кризисной ситуации; проанализировать влияние всех компонентов коммуникативного процесса на эффективность коммуникации; приобрести знания и практические навыки планирования и осуществления комплекса мероприятий в рамках кризисной коммуникации.

#### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-3:** обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

**ПК-9:** способностью проводить маркетинговые исследования.

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- содержание кризисных коммуникаций как процесса и структуры;
- основные научные концепции и теории кризисных коммуникаций; механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций.

#### ***Уметь:***

- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;
- разрабатывать комплексный план профилактических мероприятий по антикризисной коммуникации.

#### ***Владеть:***

- стратегиями в области планирования и осуществления коммуникации в условиях кризисной ситуации;
- способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях;
- способностью к выработке нестандартных решений;
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

**Содержание дисциплины:** Предпосылки и причины возникновения кризиса. Классификация кризисов (С.Блэк, С.М. Катлип, А.Х. Сентер, Г.М. Брум, Д.Ньюсом, А.Скотт, Д. Турк). Особенности кризиса. Кризисные и рискованные коммуникации. Этапы

развития кризисной ситуации. Возможные последствия кризисов. Функции антикризисного менеджмента. Принципы управления кризисами. Антикризисная коммуникация и антикризисная программа. Коммуникационные стратегии. Стратегии поведения в кризисной ситуации. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Управление информацией в кризисной ситуации. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий. Стереотипизация восприятия информации в условиях кризиса и конфликта. Практика разрешения кризисных ситуаций: (стратагемы). Конфликтные PR как вид антикризисных PR. СМИ как ключевая аудитория в ситуации кризиса. Особенности взаимодействия с потребителями и с персоналом в кризисных ситуациях. Пути преодоления внешних кризисов. Команда коммуникаций: цели, функции, формирование коммуникационной стратегии. Формирование ключевых сообщений. Определение целевых средств коммуникации. Создание плана работы в условиях чрезвычайной ситуации. План по устранению последствий чрезвычайной ситуации. Типология кризисных ситуаций внутри организации. Стратегии преодоления внутриорганизационных кризисов: стратегия вживания в коллектив, крейсерская стратегия, стратегия «Паровоз», точечная стратегия, стратегия прорыва, стратегия большого события, НОС (стратегия неортодоксальных решений), стратегия кулака. Причины репутационного кризиса: односторонний имидж, несбалансированное положение компании, несогласованность факторов успеха, корпоративный брэндинг, корпоративная символика, отсутствие позиции. Кризисные репутационные стратегии.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 144 час., 4 з.е.

### **Б1.В.ДВ.9.1 Проектирование WEB-страниц и интернет-газет**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

*Цель курса:* состоит в ознакомлении студентов с основными понятиями создания Интернет страниц различной сложности а также развитие как творческого, так и логического мышления у студентов и приобретение знаний и навыков при разработке современных web-сайтов, а так же мультимедийных продуктов web-среды. В процессе обучения студенты рассматривают функциональные возможности ряда профессиональных программных продуктов для разработки web-сайтов, а также различные графические и мультимедийные стандарты. Вместе с тем рассматриваются основы процесса организации online-обучения и технологии построения web-сайтов.

#### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-6** - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

**ПК-11** - способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

В результате изучения дисциплины студент должен:

***Знать:***

- основные понятия HTML - кода;
- существующие способы построения Интернет страниц;

- основных средства создания и редактирования Интернет страниц с помощью средств операционной системы или специализированных программ.

**Уметь:**

- создавать и редактировать Интернет страницы;
- работать с HTML - кодом в программе Macromedia Dreamweave, используя стандартные объекты, рисование, редактирование уже созданных Интернет страниц;
- создавать стили (CSS);
- работать со скриптами (JavaScript);
- создавать flash – анимацию;
- выполнять творческую работу в виде верстки Интернет страниц, создания Интернет сайта, создания анимированных роликов на flash, создание flash - презентаций и т.д.

**Владеть:**

- готовностью проектировать новое учебное содержание, технологии и конкретные методики обучения;
- готовностью разрабатывать стратегии просветительской деятельности.

**Содержание дисциплины:** Синтаксис HTML 4. Версии HTML. Анатомия Web-страницы. Правила синтаксиса. Кодирование символов. Использование спецсимволов. Типы данных. Управление цветом. Основные элементы HTML версии 4. Заголовок страницы. Стандартные атрибуты. Атрибуты событий. Вставка комментариев в Web-документы. Форматирование текста. Работа со шрифтами. Назначение одного и того же набора атрибутов множеству элементов страницы. Гиперссылки. Создание Web-страниц с помощью текстовых редакторов, текстовых процессоров и программ компоновки Web-страниц Таблицы стилей. Классы. Универсальные классы: атрибут id Свойства таблиц стилей. Применение стилей к ссылкам. Изменение параметров курсора с использованием стилей. Границы и рамки объектов. Определение сайта. Создание и использование шаблонов. Динамические элементы в HTML. Основы JavaScript. Формы. Списки. Таблицы. Фреймы. Устаревшие и нестандартные элементы. Дескриптор <IMG> и его свойства Элементы объектов. Элементы форм. Создание динамических элементов. Размещение сайта на сервере и поддержка сайта. Оценка и тестирование сайта. Загрузка файлов на сервер. Работа с Cookies. Чат . Система тестирования. Работа с графикой. Графическая компонента CSImageFile. Проект «Фотоальбом». Этапы создания проекта. Примеры проектов. Обзор технологий создания динамических страниц. Установка программного обеспечения, используемого в курсе.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

## **Б1.В.ДВ.9.2 WEB-технологии в рекламе и связях с общественностью**

**Цели и задачи дисциплины:**

*Цель курса:* познакомить с законами визуального восприятия, научить принципам и техникам структурирования графической и текстовой информации.

*Задачи курса:*

- понять основные принципы разработки визуальной концепции медиапроекта;
- научиться ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ
- сформировать навыки работы с композицией, цветом, типографикой;
- изучить принципы html-разметку и ее основные теги, CSS (каскадные таблицы стилей).

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-6** - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

**ПК-11** - способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- основные формы и способы хранения информации;
- виды источников информации; поисковые системы в Интернете;
- компьютерные программы для работы с информацией;
- компьютерные среды для создания и обслуживания информационных ресурсов.

**Уметь:**

- находить необходимую информацию на традиционных носителях и в глобальных сетях;
- обрабатывать информацию для дальнейшей передачи и хранения; размещать информацию в Интернете.

**Владеть:**

- приемами работы с базами данных;
- методами получения информации из различных источников, навыками программирования и работы в глобальных сетях.

**Содержание дисциплины:** Что такое веб-дизайн. Типы сайтов: новостной портал, блог, персональный сайт, корпоративный сайт, сайт дизайнерской фирмы, сайт, посвященный определенному событию (промо-сайт), сайт для электронной торговли, сайт-визитка, сайт как веб-утилита, сайт программного обеспечения для работы в Интернете, одностраничный сайт, сайт с портфолио, сайт, находящийся в процессе создания, сайт-директория и т.д. Юзабилити интерфейса. Стили и темы веб-дизайна: сверхчистый стиль, минималистский стиль, web 2.0, эскизный стиль, коллажный стиль, иллюстрационный стиль, шрифтовой стиль, стиль, предполагающий использование однородных цветов, стиль, предполагающий использование текстур. Основы проектирования сайта. Типичная и нетипичная навигация. «Резиновые» сайты и сайты с фиксированной шириной. Модульные сетки как способ размещения объектов на плоскости. Принцип «золотого сечения». Базовые принципы веб-дизайна: акцентирование, контрастирование, балансировка, выравнивание, повторение, обеспечение удобства восприятия. Приемы выразительной композиции. Элементы дизайна: призыв или «входной» объект, eye-catchers, информация, пиктограммы, значки социальных сетей и RSS и т.д. Приемы дизайна: освещение, отражения, тени. Типы фонов, ошибки при создании фонов. Ошибки в расположении элементов на сайтах. Модели сайтов. Базовые составляющие веб-страницы, структура документа, основные теги для текста, ссылки, заголовки, картинки, списки, таблицы, дополнительные элементы. CSS: стили и классы.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

## **Б1.В.ДВ.10.1 Пресс-служба**

**Цели и задачи дисциплины:**

*Цель курса:*

- изучить теоретические основы и привить навыки для работы в пресс-службе;
- изучить принципы и методы работы в пресс-службе, должностные инструкции работников пресс-службы;

- изучить коммуникативную составляющую пиар-кампаний, жанровое разнообразие пиар-материалов, исходящих из пресс-службы;

*Задачи курса:*

- привить студентам знания и умения в области информационной работы государственных учреждений со СМИ и общественностью, пропаганде ими своих целей и решений, организации публичных акций, работающих на положительный имидж учреждения;
- познакомить с целеполаганием, ресурсами, методами анализа в коммуникативных ситуациях;
- представить правовое поле деятельности представителей пресс-службы;
- исследовать методы оценки эффективности мероприятий, проводимых пресс-службой, формы мониторинга ситуации.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-1** - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

**ПК-6** - способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

В результате изучения дисциплины студент должен:

***Знать:***

- роль и функции пресс-служб в органах государственной власти, местного самоуправления и в общественных организациях;
- структуру и принципы организации пресс-служб;
- особенности работы пресс-службы как источника официальной информации для СМИ;
- правовые и этические нормы деятельности сотрудников пресс-служб;
- основные принципы планирования и организации деятельности пресс-служб;

***Уметь:***

- готовить текстовые материалы для публикации в СМИ;
- планировать и проводить пресс-конференции, пресс-туры и другие мероприятия для прессы;
- готовить аналитические записки и обзоры СМИ;
- разрабатывать выступления руководителей организации в средствах массовой информации;
- организовывать и проводить мониторинг средств массовой информации;
- анализировать тексты с точки зрения решаемых организацией задач;
- устанавливать и поддерживать связи со средствами массовой информации;
- планировать и организовывать PR-кампании;
- действовать в условиях кризисной ситуации.

***Владеть:***

- профессиональными навыками в сфере связей с общественностью, в частности для работы в пресс-службе;
- обладать способностью планировать и осуществлять коммуникативные кампании и мероприятия, оценивать и корректировать их, брать на себя всю полноту ответственности за принятые управленческие решения по коммуникационным мероприятиям;
- приобрести опыт работы в пресс-службе в различных типах организаций от муниципальных до благотворительных;
- обладать способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации;
- иметь опыт выработки нестандартных, оперативных решений, руководства подготовки и проведения количественных и качественных исследований в нужной области, выдвижения принципиально новых гипотез, прогнозирования тенденций.

**Содержание дисциплины:** Начало демократических преобразований в России и объективные условия для проведения государством политики гласности. Информированность общества как фактор развития демократии. Концепция государственной информационной политики. Совокупность признаков, соотношение информационной и административной деятельности органов власти. Объекты и субъекты информационной политики. Деятельность пресс-службы в органах государственной власти. Определение функций и структуры пресс-службы, координация пресс-службы со структурными подразделениями органа государственной власти. Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и координация информационной



политики; непосредственное участие в разработке программ и решений; участие в создании творческих продуктов. Основные функции пресс-службы: информационная, аналитическая, прогностическая, коммуникативная, нормативная, координационная, контроля. Пресс-секретарь: функции и индивидуальный стиль деятельности. Пресс-секретарь как лицо компании. Разработка информационной стратегии и политики организации по работе со СМИ. Формы подачи информационно-новостных материалов (организация и проведение пресс-конференций, брифингов, подготовка пресс-релизов, пресс-дайджестов, информационных стендов, видеоматериалов). Состояние информационного пространства. Преобладающие и доминирующие темы. Деятельность специалиста по информационной работе по созданию преобладающих очагов информационного пространства.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

## **Б1.В.ДВ.10.2 Имеджеология**

### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель курса:** освоение базовых приёмов и техник создания имиджей разных уровней. Имеджеология (русская версия научного толкования имиджа) определяет свой предмет как «эстетически продуманную форму выражения личного достоинства человека или привлекательной репутации конкретного социума... Имидж – это то, посредством чего наилучшим образом проявляется положительный ресурс личности, формального или неформального людского объединения» (В.М. Шепель). В рамках курса рассматривается социально-психологическая природа имиджа, акцентируется внимание на отличие созданного имиджа от индивидуального образа (субъекта, предмета, явления). Особое внимание уделяется практической направленности курса, умению эстетического общения, пониманию чувства прекрасного.

### **Задачи:**

- научить студентов умению работать и оптимально общаться с людьми;
- разрешать конфликтные ситуации и способствовать их предотвращению;
- полнее реализовывать свои способности и таланты в жизнедеятельности;

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-1** - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

**ПК-6** - способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

В результате изучения дисциплины студент должен:

### **Знать:**

- основной категориальный аппарат имеджеологии;
- сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений;
- этические аспекты общения;
- основы самопрезентации.

### **Уметь:**

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков;

- участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры; организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации;
- принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

### **Владеть:**

- навыками использования инструментария при выборе технологии социального воздействия с учетом конкретных условий ее осуществления; навыками общения.

**Содержание дисциплины:** Имидж как общий критерий ценностей – способ формирования стандартов, образцов, правил, норм. Философское, семиологическое и эстетическое соотношение понятий образ, стереотип, символ, миф, знак. Понятие образа в психологии. Социальная ориентация имиджа. Формирование образа-представления как потребность объяснить себя «другому». Имидж как результат стереотипизации группы. Понятие имиджа. Свойства имиджа. Клиент имиджа. Семантическая структура символа: множество значений, ассоциативность, концентрация смысла, поляризация семантических референтов, константность. Понятие индустрии имиджа. Имидж как результат активной и заинтересованной деятельности по конструированию и формированию образа «Я» у других. Социальная значимость имиджа. Индивидуальный имидж (ориентированный на самооощущения и на восприятие); корпоративный / групповой имидж; политический имидж (имидж политика). Понятие предметного имиджа. Персонификация как основной механизм создания предметного имиджа. Исторические этапы превращения клейма в товарный знак. Товарная вывеска. Логотип. Фирменный блок (стиль). Фирменный лозунг (слоган). Товарный знак (фирменное имя, фирменный знак, товарная марка). Бренд. Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Фирменное наименование и торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, выпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т. д.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

## **Б1.В.ДВ.11.1 Филологическая экспертиза журналистских текстов**

### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель курса:** познакомить студентов с основными проблемами, возникающими в области взаимодействия языка и права, и сформировать навыки производства лингвистических экспертиз, назначаемых в связи с необходимостью анализа устных и письменных текстов, форма и содержание которых подпадают под признаки преступного деяния, предусмотренного той или иной законодательной нормой.

### **Задачи курса:**

- осмыслить основные проблемные зоны, находящиеся на стыке языкознания и права;
- охарактеризовать некоторые категории права с лингвистической точки зрения;

- рассмотреть основные типы лингвистических экспертиз и прояснить их специфику;
- познакомить студентов с методологическими принципами и конкретными методами осуществления экспертного исследования;
- очертить круг тех аспектов теории языка, которые обеспечивают исследователя лингвистическим инструментарием, необходимым в экспертной деятельности;
- сформировать навыки производства лингвистических экспертиз, назначаемых по разным категориям дел.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-3** – обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

**ПК-11** - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- основы лингвистической экспертизы журналистских текстов;

#### ***Уметь:***

- использовать в конкретных филологических и филолого-журналистских исследованиях базовые знания в области лингвистической экспертизы, усвоенные в процессе изучения данного курса;

#### ***Владеть:***

- навыками анализа журналистских и рекламных текстов в аспекте лингвистической экспертизы;
- способностью к анализу и обобщению филолого-журналистской информации в широком контексте современных гуманитарных знаний.

**Содержание дисциплины:** Правовые основы экспертной деятельности. Фразеологизмы как средство выражения негативной информации. Метафора как средство выражения негативной информации. Утверждение как способ выражения информации. Виды информации в тексте. Анализ текстов. Призыв и побуждение, их признаки в тексте. Анализ текстов, содержащих признаки призыва и пропаганды.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

## **Б1.В.ДВ.11.2 Актуальные проблемы современного русского языка**

### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель курса:** осветить актуальные вопросы современного русского языка в области лексики, орфографии, пунктуации, морфологии и синтаксиса.

### **Задачи курса:**

- сформировать навыки анализа основных тенденций и активных процессов в развитии русского языка на современном этапе;
- изучить отдельные особенности функционирования русского языка в XXI веке применительно к когнитивному стилю современной языковой личности;
- систематизировать представления о современной языковой личности;
- изучить современную языковую норму и ее кодификацию в речевом поведении русскоязычной личности XXI века.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-3** – обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

**ПК-11** - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

– актуальные вопросы современного русского языка, в частности проблемные вопросы, изменения в области произношения, правописания и грамматики;

#### ***Уметь:***

– использовать языковые средства применительно к определённой ситуации;

#### ***Владеть:***

– стилистическими ресурсами языка.

**Содержание дисциплины:** Русский язык в Российской Федерации. Социальная и функционально-стилистическая дифференциация языка. Изменение орфоэпических норм в современном языке. Актуальные вопросы лексической семантики. Актуальные вопросы грамматики. Актуальные вопросы в области правописания.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

## **Б1.В.ДВ.12.1 Актуальные проблемы рекламной деятельности**

### **Цели и задачи дисциплины:**

#### **Цель курса:**

формирование у студентов всесторонних знаний, практических навыков решения конкретных задач в процессе работы над повышением эффективности рекламы или разработки эффективной рекламной и PR - кампании.

#### **Задачи курса:**

- дать студентам необходимый уровень знаний об общих методологических подходах в оценке эффективности рекламной продукции;
- дать студентам необходимый уровень знаний о конкретных методах оценки эффективности рекламы и PR;
- сформировать навыки проведения оценки эффективности рекламной продукции и связей с общественностью.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-2** – владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

**ПК-1** - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению

товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины студент должен:

***Знать:***

- виды и методы маркетинговых исследований;
- основные виды и характеристики эффективности рекламы;
- основные факторы, влияющие на уровень эффективности рекламы и PR;
- возможности и специфику применения различных методик измерения составляющих эффективности рекламы и PR;

***Уметь:***

- давать оценку эффективности рекламы и PR.

***Владеть:***

- процедурой информационного обеспечения и управления оценки эффективности рекламной и PR- деятельности;
- навыками применения основных методов анализа и расчета эффективности рекламы и PR;
- навыками расчета показателей эффективности рекламы и PR;
- навыками планирования рекламных кампаний и методами оценки их эффективности.

**Содержание дисциплины:** Теоретические основы исследования эффективности рекламы и PR. Экономическая эффективность рекламы и PR. Коммуникативная эффективность рекламы и PR. Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламы.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

## **Б1.В.ДВ.12.2 Рекламный рынок современной России**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цель курса:** формирование у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по ориентации в особенностях и приоритетах рекламного рынка современной России. Особенностью данного курса является то, что впервые за весь образовательный цикл обучения студенты знакомятся с рынком рекламы не со стороны рекламопроизводителя – рекламных агентств, а со стороны клиента – рекламодателя.

**Задачи:**

- сформировать системное представление об основных методах прогнозирования и оценки эффективности расходов на рекламу и маркетинг , измерения результатов усилий по продвижению товара и услуги с помощью манипулирования коммуникативными и экономическими способами оценки эффективности рекламных кампаний;
- подробно рассмотреть процесс оценки эффективности рекламных кампаний и опыт организации данного процесса.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-2** – владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

**ПК-1** - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное

планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины студент должен:

***Знать:***

- основы рекламы;
- основы маркетинга;
- технологии создания рекламного продукта;
- методологию проектирования программ и отдельных мероприятий в области рекламы, обеспечение средств и методов реализации проектов;
- основные средства и приемы педагогического общения.

***Уметь:***

- выделять стержневые научные, исследовательские и проектные идеи;
- наблюдать и анализировать явления, решать поставленные задачи и генерировать новые идеи;
- применять на практике полученные теоретические знания.

***Иметь навыки:***

- разработки презентаций;
- самопрезентации;
- анализа тенденций рекламного рынка;
- в области компаративного анализа рекламного рынка, проектирования новых направлений и тенденций.

**Содержание дисциплины:** Экономическая сущность и природа рекламного рынка. Структура современного рекламного рынка и механизмы его функционирования. Особенности сегментов рынка рекламы с точки зрения заказчика. Необходимость и формы регулирования рынка с точки зрения рекламы в современных условиях.

Исследования современного рекламного рынка. Факторы роста российского рынка рекламы. Анализ результатов. Освоение студентами практических навыков анализа рекламного рынка и методов его структурирования. Освоение студентами практических навыков анализа рекламного рынка и методов его структурирования. Специфические особенности и тенденции потребительского рынка России – сырьевые отрасли. Тенденции потребительского рынка России – транспорт и логистика. Тенденции потребительского рынка России – банковский сектор. Специфические особенности и тенденции потребительского рынка России – рынок услуг. Разработка практической работы по брифу партнера - представителя потребительского рынка. Технология разработки креативного брифа. Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

### **Б1.В.ДВ.13.1 Имидж фирмы**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цель курса:**

1. Знакомство с теоретическими и методологическими основами имиджа фирмы.
2. Изучение особенностей создания и управления имиджем предприятия, организации, фирмы.

### **Задачи курса:**

- 1) способствовать формированию у студентов широких представлений об истории имиджа, видах имиджа, его специфике в различных сферах деятельности;
- 2) познакомить с эффективными технологиями построения имиджа;
- 3) раскрыть теоретические основы и базовые концепции управления имиджем фирмы;
- 4) выявить особенности формирования внутреннего и внешнего имиджа в рамках организации.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-3** - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

**ПК-1** - способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- исторические предпосылки развития имеджелогии как науки;
- способы и средства создания персонального имиджа;
- основные составляющие организационной культуры;
- правила формирования благоприятного психологического климата в коллективе;
- особенности и элементы фирменного стиля компании;
- технологию создания бренда;

#### ***Уметь:***

- анализировать имидж личности и предприятия;
- разрабатывать проекты имиджирования фирмы;
- использовать технологии имиджирования;

#### ***Владеть:***

- основными навыками и психологическими приёмами формирования благоприятной репутации компании;
- категориальным аппаратом, навыками приобретения, пополнения и реализации знаний;
- понятийным языком.

**Содержание дисциплины:** Понятие имиджа и его сущности. Технологии формирования имиджа. Имидж организации и его основные элементы. Имидж и пути повышения эффективности коммуникационного процесса. Имидж и деловая переписка. Средства массовой информации в формировании имиджа организации. Имиджирование, его сущность и проблемы

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 180 час., 5 з.е.

## **Б1.В.ДВ.13.2 Копирайтинг**

### **Цели и задачи дисциплины:**

#### **Цель курса:**

- показать специфические особенности текста рекламы и PR;

- дать общее представление о различных видах рекламного и PR текста, способах его создания и тестирования.

**Задачи курса:**

- формирование у студентов представления о рекламном и PR тексте;
- рассмотрение различных вариантов рекламных и PR текстов, особенностей их составления и использования; знакомство с методикой составления и тестирования печатных коммуникационных материалов;
- владение методикой составления и тестирования рекламных и PR текстов различных типов.

**Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОПК-3** - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

**ПК-1** - способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- модели производства рекламных и PR- текстов;
- стадии процесса создания текстов;
- методику оценки эффективности текстов;

**Уметь:**

- редактировать тексты различной стилистики;
- анализировать креативные, языково-стилистические характеристики текстов с целью создания

эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;

**Владеть:**

- навыками использования рекламных и PR-текстов для обеспечения внутренней и внешней коммуникации компании.

**Содержание дисциплины:** Цели и задачи рекламного текста. Содержание рекламного текста. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламе. Жанры рекламных сообщений. Нейминг. Графическое исполнение рекламного текста.

**Форма контроля:** экзамен.

**Общая трудоемкость дисциплины: 180 час., 5 з.е.**

**Б1.В.ДВ.14.1 Мастер-класс «Реклама и связи с общественностью в бизнесе»**

**Цели и задачи дисциплины:**

**Цель курса:** изучение слушателями места рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками, роли рекламы в формировании системы связей с общественностью, освоение слушателями основных приемов создания рекламного сообщения, а также ознакомить будущих специалистов с возможностями связей с общественностью в современном бизнесе: технологиями формирования и продвижения имиджа фирмы, оптимизацией контактов с властными структурами, особенностями корпоративной стратегии, организацией управления в кризисных ситуациях и т.д.



### **Задачи курса:**

- изучить предпосылки и факторы развития PR в бизнесе;
- выявить социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции;
- определить место и роль рекламы в бизнесе;
- рассмотреть особенности организации рекламы и связей с общественностью для разных сфер бизнеса;
- освоить методы организации рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме;
- изучить схемы организации служб управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах;
- овладеть навыками формирования и продвижения корпоративного имиджа;
- приобретение практических навыков создания рекламных продуктов на основе полученных знаний;
- изучить социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

В результате изучения дисциплины студент должен:

**ПК-9** - способностью проводить маркетинговые исследования;

**ПК-10** - способностью организовывать и проводить социологические исследования;

#### ***Знать:***

- основные направления профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, роль и функции отдела рекламы и со в организации; основные практические особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях, специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью; теоретические основы формирования рекламно-информационного продукта; технологию разработки рекламно-информационного продукта;
- основные виды, составные элементы и специфику организации и проведения рекламных, информационных и пропагандистских кампаний в области рекламы и связей с общественностью, основы создания, продвижения и реализации проекта;
- теоретические основы и закономерности развития и функционирования, основные элементы корпоративной культуры; современные методы ее диагностики; роль руководителя в ее формировании; направления и принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом;

#### ***Уметь:***

- принимать решения в нестандартных ситуациях; анализировать различные ситуации, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства их развития или устранения;
- составлять рекламные и PR-обращения в соответствии с действующим Российским законодательством и международными соглашениями; работать с нормативными и правовыми документами, соблюдать требования современного этикета. применять законодательные нормы РФ в профессиональной деятельности и общественной жизни;
- управлять информационными потоками в глобальных компьютерных сетях; размещать, анализировать информацию, размещенную на официальных сайтах организаций, а также на форумах, в блогах и социальных сетях;
- реализовывать профессиональные функции и применять основные методы и технологии связей с общественностью в коммерческих структурах, средствах массовой информации, в сфере экономики, производства, торговли;
- использовать знания об основных этапах разработки рекламно-информационного или PR-продукта при организации работы; организовать проектную деятельность в индустрии рекламы и связей с общественностью, применять полученные теоретические и практические знания об основных методах и технологиях рекламы и

связей с общественностью в профессиональной деятельности, ориентироваться в видах, типах, мотивах и функциях проектов; эффективно использовать креативные технологии разработки и продвижения проекта; приобрести умение уверенно и грамотно проводить исследование и экспертизу проекта;

- анализировать события и явления, объяснять их сущность, используя приемы и методы культуры мышления, применить полученные в результате проведения исследования знания для разработки и проведения коммуникационной программы;
- работать с персоналом организации в кризисной ситуации, опираясь на социально-психологические методы, рекомендации поведенческих наук и существующий российский и зарубежный опыт, проводить аналитическую и исследовательскую работу по оценке состояния корпоративной культуры;
- формировать корпоративную культуру с помощью изученных технологий; использовать корпоративную культуру для укрепления имиджа организации;

### ***Владеть:***

- навыками руководства подразделением предприятия, навыками работы в коллективе, навыками работы по диагностике и совершенствованию организационной культуры в современных условиях;
- навыками преодоления кризисных ситуаций; методами развития личности, саморазвития и методами повышения квалификации, навыками бесконфликтной профессиональной деятельности;
- навыками анализа социально-значимых проблем и процессов; методами философских, исторических и естественных исследований, приемами и методами анализа проблем общества;
- навыками анализа, оценки и умением организовать деятельность по проектированию рекламного-информационного продукта и организации деятельности в сфере связей с общественностью практическими технологиями разработки PR – проектов для различных сфер жизни общества и навыками управления ими; навыками установления контактов с ключевыми и целевыми аудиториями проекта и методами их изучения, навыками аналитической работы с информацией, составления и оформления аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- навыками копирайтинга, написания рекламных и обзорных статей, текстов для пресс-релизов, интервью, буклетов, корпоративных новостей, коммерческих и PR текстов, презентаций;
- практическими навыками реализации профессиональной деятельности и организации PR-деятельности в коммерческих структурах, средствах массовой информации, сфере экономики, производства, торговли, навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве, навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации, навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками расчета основных показателей рекламного планирования, определение рекламного бюджета, медиапланирования и анализа эффективности рекламных мероприятий; навыками разработки текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов и защите результатов выполняемой рекламной деятельности; навыками анализа, оценки и умением организовать деятельность по проектированию рекламного продукта и организации деятельности в сфере связей с общественностью;
- нормами технической грамотности оформления исследовательской работы; навыками презентации результатов своей работы; навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов.

**Содержание дисциплины:** Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции. Место и роль рекламы в бизнесе. Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса. Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме. Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах. Формирование и продвижение корпоративного имиджа. Глобализация и международный PR.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

## **Б1.В.ДВ.14.2 Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»**

### **Цели и задачи дисциплины:**

#### **Цель курса:**

- выявить и рассмотреть все составляющие способа профессионально-творческой деятельности, вооружить студента универсальным комплексом знаний и умений для успешной работы в коммуникационной среде;
- ознакомить студентов с феноменом «рекламного текста» и сформировать у них профессиональные навыки создания рекламных текстов «печатного формата».

#### **Задачи курса:**

- представить исторический обзор основных тенденций современной теории рекламы и PR, сформировать научную базу в исследовании профессиональной культуры выпускника;
- выявить специфические черты рекламно-информационного произведения, делающие его информационным продуктом особого рода;
- апробировать в деле минимальный рекламно-информационный стандарт приемов и методов по сбору, фиксации и хранению информации,
- созданию рекламно-информационных текстов.
- рассмотреть структурно-содержательные, стилистические, жанровые и другие особенности рекламного текста;
- представить мифологическую модель общественных отношений, выраженную на уровне рекламного текста, рассмотреть приемы мифологизации;
- на практике дать анализ рекламных текстов и представить их модели, с учетом цели воздействия, аудитории и специфики такого текста.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ПК-9** - способностью проводить маркетинговые исследования;

**ПК-10** - способностью организовывать и проводить социологические исследования;

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- грамматические и лексические правила русской речи;
- систему функциональных стилей современного русского языка;
- приемы стилистического анализа и литературного редактирования текста;
- правила построения различных типов систем аргументации;

#### ***Уметь:***

- использовать основные коммуникативные стратегии - убеждение и разубеждение адресата;
- использовать механизмы построения и воздействия убеждения;
- использовать основные правила построения аргументационной стороны речи в ее отношении к композиции, языку, жанру конкретного типа текста;
- различать принципы продуцирования и произнесения ораторской речи.

#### ***Владеть:***

- навыками в составлении текстов разных стилей и жанров;
- умением при создании любого типа текста определять мотивы, движущие собственными высказываниями и высказываниями других участников обсуждения;

**Содержание дисциплины:** История рекламного дела в России 20 века. Виды и формы текстовой рекламы. Принципы и процесс создания рекламного текста. Факторы успешной (эффективной) рекламы. Структурно-содержательные характеристики рекламного текста. Стили и жанры текстовой рекламы. Приемы языковых манипуляций в рекламных текстах. Психология рекламы. Реклама и культура в 20 веке.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 час., 3 з.е.

### **ФТД.1 Деловой этикет**

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Целью освоения** учебной дисциплины является расширение представления студентов о нравственных правилах поведения, содействовать развитию профессиональной и коммуникационной культуры будущего специалиста в области рекламы и связей с общественностью, обладающего чувством долга и ответственности за результаты своей деятельности, эффективно решающего профессиональные задачи.

При изучении курса решаются **следующие задачи:**

- изучение этических основ деловых отношений;
- освоение этики предотвращения конфликтных ситуаций;
- знакомство с деловым этикетом и атрибутами делового общения;
- формирование личностно-нравственного облика будущего специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

#### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-6** - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

В результате изучения дисциплины студент должен:

##### ***Знать:***

- основные закономерности и тенденции современной российской политики,
- этапы политического процесса в современной России, их особенности.

##### ***Уметь:***

- анализировать особенности политического процесса в современной России,
- выявлять тенденции политической жизни России на современном этапе,
- оценивать и характеризовать события.

##### ***Владеть:***

- диагностикой политической ситуации в современной России,
- приемами выявления сценария развития политической системы;
- методами анализа и прогноза политического процесса России.

##### ***Знать:***

- грамматические, лексические и стилистические особенности русской речи;
- состояние речевой культуры общества на современном этапе;
- этические аспекты культуры речи; языковые нормы орфографии, пунктуации, орфоэпии;
- функциональные стили языка (разговорно-обиходный, официально-деловой, публицистический, научный, художественный);
- основные нормы научного стиля и официально-делового стиля;
- структуру и нормы речевой коммуникации;

- видоизменение языка (появление новых и возрождение старых слов, заимствование и устаревание слов);
- методы самостоятельного совершенствования речевой культуры и пути ее повышения;
- выразительные средства ораторской речи;
- методы повышения взаимопонимания при осуществлении коммуникации.

**Уметь:**

- выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения;
- использовать различные словари для решения конкретных коммуникативных и познавательных задач;
- распознавать, комментировать и исправлять речевые ошибки в устной и письменной речи;
- составлять основные деловые документы;
- представлять (письменно и устно) результаты учебной, аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, реферата, информационного обзора, аналитического отчета, статьи; заполнять анкеты, составлять заявления, резюме, письма и другие тексты официально-делового стиля;
- применять на практике языковые нормы;
- использовать функциональные стили и видоизменения языка в профессиональной деятельности;
- самостоятельно организовывать процесс повышения речевой культуры и совершенствования культуры речи.

**Владеть:**

- основными правилами построения выступления, лекции, доклада; способами и приемами построения устной и письменной речи;
- навыками речевого общения (публичных выступлений, аргументации и ведения дискуссий) в профессиональной (учебно-профессиональной) и официально-деловой сферах с соблюдением всех норм речевой коммуникации;
- навыками использования функциональных стилей и видоизменений языка;
- методами самостоятельного совершенствования речевой культуры;
- навыками межличностной и групповой коммуникации и методами повышения взаимопонимания при осуществлении коммуникаций.

**Содержание дисциплины:** Основные принципы этики и характер делового общения. Основные формы делового общения: особенности, закономерности и характеристики. Деловая беседа. Деловое письмо. Типы делового письма: письмо-просьба, письмо-извещение, письмо-претензия и т.д. Вербальные и невербальные средства общения. Национальные особенности вербальной и невербальной коммуникации. Деловые переговоры, деловые совещания. Спор: логические и психологические особенности ведения полемики. Особенности телефонной коммуникации. Культура телефонного разговора. Характеристика информационно-справочных документов. Составление резюме.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

## ФТД.2 История Калужского края

**Цели и задачи дисциплины:**

**Целью освоения** учебной дисциплины является формирование у студентов целостного представления об историческом краеведении, как инструменте формирования исторического сознания, значительном потенциале возможностей для выявления, сохранения и широкого использования историко-культурного и природного наследия.

При изучении курса решаются **следующие задачи:**

- овладение знаниями об истоках, условиях формирования и актуальных направлениях в исследованиях исторического краеведения (на примере Калужского края);
- освоение общенаучных принципов и методики, необходимых для изучения местной (локальной) истории (особенно в социокультурной сфере), а также для поисково-собирательской, атрибутивной и исследовательской практики в музеях, учреждениях, занимающихся экскурсионно-туристической деятельностью, научных краеведческих центрах;
- приобщение студентов к разработке краеведческих исследований, связанных с государственными программами по выявлению и сохранению культурного и природного наследия.

### **Требования к результатам освоения курса:**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**ОК-2** - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### ***Знать:***

- основные этапы и ключевые события истории края с древнейших времён и до наших дней; выдающихся деятелей отечественной истории и наших земляков;
- содержание процессов становления и развития системы государственного управления на территории России и Калужской области, развития хозяйства и социально-экономических отношений, проявлений общественно-политической борьбы;
- важнейшие достижения региональной культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития края;
- основные достопримечательности края и его топонимику;
- изученные виды исторических источников, их роль в изучении прошлого Калужского края;

#### ***Уметь:***

- определять основные этапы освоения и заселения территории Калужского региона, формирования культуры населения края, хозяйства области;
- давать характеристику внутренних различий районов и городов области;
- соотносить даты событий отечественной и местной истории;
- определять последовательность и длительность важнейших событий большой и малой Родины;
- сравнивать и анализировать данные разных источников;
- показывать на карте места значительных историко-культурных событий;
- рассказывать о важнейших исторических событиях и их участниках, показывая знание необходимых фактов, дат, терминов;
- давать описание исторических событий и памятников культуры края на основе текста и иллюстративного материала, фрагментов исторических источников и статистических данных;
- использовать приобретённые знания при написании творческих работ, в том числе сочинений, эссе, рефератов и др.;
- соотносить общие исторические процессы и отдельные факты местной (локальной) истории;
- объяснять своё отношение к наиболее значительным событиям региональной истории и к личностям знаменитых земляков, культурным достижениям края;
- бережно относиться к государственным символам региона;

#### ***Владеть:***

- пониманием исторических причин и исторического значения событий и явлений современной жизни;
- навыками высказывания собственных суждений об историческом наследии нашего края;
- навыками объяснения исторически сложившихся норм социального поведения;
- навыками использования знаний об истории и культуре своего и других народов в общении с людьми как основу диалога в поликультурной среде;
- опытом по способствованию сохранению памятников истории и культуры Калужского края (участвовать в создании музеев, учебных и общественных мероприятиях по поиску и охране памятников истории и культуры).

**Содержание дисциплины:** Введение в историческое краеведение. Объект и предмет исследования. Основные особенности и направления. История краеведения в России, в Калужском регионе. Становление краеведения в России XVIII-начало XXI вв. Генеалогия как направление исторического краеведения. Археологическое краеведение. Этнографическое краеведение. Документальные источники краеведения.

**Форма контроля:** зачет.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 час., 2 з.е.

**Аннотации программ практик и научно-исследовательской работы  
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Профиль «Реклама и связи с общественностью»  
2015 год набора**

**Аннотация программы учебной практики  
Б2.У.1 ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ  
ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Вид практики:** Учебная

**Тип практики:** практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности;

**Способ проведения практики:** стационарная или выездная

**Цели практики:**

- закрепление теоретических знаний в области рекламы и PR;
- овладение практическими навыками работы специалиста по связям с общественностью и рекламе;
- изучение и анализ особенностей информационно-коммуникативной деятельности в конкретной организации;
- изучение организации работы служб, отделов и агентств, занимающихся рекламной деятельностью, проведение сбора, обобщения и анализа материалов, необходимых для написания отчета о прохождении практики.

**Задачи практики:**

- закрепить и углубить теоретические знания, полученные в процессе обучения и научиться практическому их использованию;
- закрепить навыки, приобретенные в процессе предыдущей практики;

- научиться под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в конкретной организации;
- приобрести навыки участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- научиться под контролем осуществлять внутреннюю и внешнюю коммуникации для конкретной организации;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных компаний и мероприятий конкретной организации под контролем;
- приобрести первичный опыт самостоятельной работы и решения поставленных задач.

#### **Место и время проведения практики:**

Практика проходит во втором семестре 1 курса в течение двух недель.

Базами проведения учебной практики являются, как правило, предприятия, учреждения и организации всех форм собственности, расположенные в г. Калуге и Калужской области. База проведения практики может быть выбрана студентом самостоятельно, при условии соответствия базы практик требованиям ФГОС ВО и ОПОП.

**Объём практики:** 108 ч., 3 з.е.

#### **В результате прохождения практики формируются следующие компетенции:**

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов прохождения практики
1	2	3
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>		
ОПК-2	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	<b>ЗНАТЬ:</b> принципы построения организационных структур и распределения функций управления; принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью; <b>УМЕТЬ:</b> реализовывать профессиональные функции и применять основные методы и технологии связей с общественностью в различных структурах; <b>ВЛАДЕТЬ:</b> традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективности рекламы.
ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью	<b>ЗНАТЬ:</b> направления и технологии рекламно-информационной деятельности, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции; <b>УМЕТЬ:</b> под контролем готовить к выпуску информационную продукцию, включая



	ю, владением навыками литературного редактирования , копирайтинга	текстовые и графические материалы; ВЛАДЕТЬ: навыком выбора наиболее оптимальных каналов распространения изготовленной информационной продукции.
<i>Профессиональные компетенции</i>		
ПК-1	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	ЗНАТЬ: принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; методы обеспечения внутренней и внешней коммуникации в организации; УМЕТЬ: участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; участвовать в обеспечении внутренней и внешней коммуникации в организации; ВЛАДЕТЬ: навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; навыками установления деловых коммуникаций для осуществления профессиональных обязанностей.
ПК-11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;	ЗНАТЬ: общую характеристику функций по составлению аналитических справок, обзоров и отчетов; УМЕТЬ: формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты; ВЛАДЕТЬ: навыками написания аналитических

		справок, обзоров и прогнозов, и отражения полученных данных в ВКР.
--	--	--

**Форма контроля:** зачет с оценкой

**Аннотация программы учебной практики**  
**Б2.У.2 ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ**  
**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ**  
**ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ**  
**ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Вид практики:** Учебная

**Тип практики:** практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности;

**Способ проведения практики:** стационарная или выездная

**Цели практики:**

- закрепление теоретических знаний в области рекламы и PR;
- овладение практическими навыками работы специалиста по связям с общественностью и рекламе;
- изучение и анализ особенностей информационно-коммуникативной деятельности в конкретной организации;
- изучение организации работы служб, отделов и агентств, занимающихся рекламной деятельностью, проведение сбора, обобщения и анализа материалов, необходимых для написания отчета о прохождении практики.

**Задачи практики:**

- закрепить и углубить теоретические знания, полученные в процессе обучения и научиться практическому их использованию;
- закрепить навыки, приобретенные в процессе предыдущей практики;
- научиться под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в конкретной организации;
- приобрести навыки участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- научиться под контролем осуществлять внутреннюю и внешнюю коммуникации для конкретной организации;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных компаний и мероприятий конкретной организации под контролем;
- приобрести первичный опыт самостоятельной работы и решения поставленных задач.

**Место и время проведения практики:**

Практика проходит в пятом семестре 3 курса в течение четырех недель.

Базами проведения учебной практики являются, как правило, предприятия, учреждения и организации всех форм собственности, расположенные в г. Калуге и Калужской области. База проведения практики может быть выбрана студентом самостоятельно, при условии соответствия базы практик требованиям ФГОС ВО и ОПОП.

**Объем практики:** 216 ч., 6 з.е.

**В результате прохождения практики формируются следующие компетенции:**

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов прохождения практики
1	2	3
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>		
ОПК-2	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	<p><b>ЗНАТЬ:</b>            принципы построения организационных структур и распределения функций управления;            принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью;</p> <p><b>УМЕТЬ:</b>            реализовывать профессиональные функции и применять основные методы и технологии связей с общественностью в различных структурах;</p> <p><b>ВЛАДЕТЬ:</b>            традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности;            умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективности рекламы.</p>
<i>Профессиональные компетенции</i>		
ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p><b>ЗНАТЬ:</b>            принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;            методы обеспечения внутренней и внешней коммуникации в организации;</p> <p><b>УМЕТЬ:</b>            участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;            участвовать в обеспечении внутренней и внешней коммуникации в организации;</p> <p><b>ВЛАДЕТЬ:</b>            навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;            навыками установления деловых коммуникаций для осуществления профессиональных обязанностей.</p>
ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	<p><b>ЗНАТЬ:</b>            основные составляющие коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p><b>УМЕТЬ:</b>            оценить свой вклад в работу всей команды, задействованной на проекте ;</p> <p><b>ВЛАДЕТЬ:</b>            способностью оценивать</p>

		коммуникативную эффективность рекламных, рекламно- информационных и PR-мероприятий.
--	--	---

**Форма контроля:** зачет с оценкой

## Аннотация программы производственной практики Б2.П.1 ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Вид практики:** Производственная

**Тип практики:** практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;

**Способ проведения практики:** стационарная и выездная

**Цель:**

- закрепление теоретических знаний в области рекламы и PR;
- овладение практическими навыками работы специалиста по связям с общественностью и рекламе;
- изучение и анализ особенностей информационно-коммуникативной деятельности в конкретной организации;
- изучение организации работы служб, отделов и агентств, занимающихся рекламной деятельностью, проведение сбора, обобщения и анализа материалов, необходимых для написания отчета о прохождении практики.

**Задачи практики:**

- закрепить и углубить теоретические знания, полученные в процессе обучения и научиться практическому их использованию;
- закрепить навыки, приобретенные в процессе предыдущей практики;
- научиться под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в конкретной организации;
- приобрести навыки участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- научиться под контролем осуществлять внутреннюю и внешнюю коммуникации для конкретной организации;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных компаний и мероприятий конкретной организации под контролем;
- приобрести опыт самостоятельной работы и решения поставленных задач.

**Место и время проведения практики:**

Практика проходит в четвертом семестре 2 курса в течение шести недель.

Базами проведения учебной практики являются, как правило, предприятия, учреждения и организации всех форм собственности, расположенные в г. Калуге и Калужской области. База проведения практики может быть выбрана студентом самостоятельно, при условии соответствия базы практик требованиям ФГОС ВО и ОПОП.

**Объем практики:** 324 ч., 9 з.е.

**В результате прохождения практики формируются следующие компетенции:**

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов прохождения практики
-----------------	------------------------	---

1	2	3
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>		
ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	<p>ЗНАТЬ:</p> <p>особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью;</p> <p>УМЕТЬ:</p> <p>проводить мероприятия по повышению имиджа организации;</p> <p>ВЛАДЕТЬ:</p> <p>Навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в организациях.</p>
ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	<p>ЗНАТЬ:</p> <p>направления и технологии рекламно-информационной деятельности, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции;</p> <p>УМЕТЬ:</p> <p>под контролем готовить к выпуску информационную продукцию, включая текстовые и графические материалы;</p> <p>ВЛАДЕТЬ:</p> <p>навыком выбора наиболее оптимальных каналов распространения изготовленной информационной продукции.</p>
<i>Профессиональные компетенции</i>		
ПК-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	<p>ЗНАТЬ:</p> <p>основные положения планирования деятельности;</p> <p>особенности разработки рекламных и PR-проектов;</p> <p>УМЕТЬ:</p> <p>составлять план (стратегический и тактический) своей деятельности;</p> <p>ВЛАДЕТЬ:</p> <p>навыками по организации и оперативному планированию своей учебно-профессиональной деятельности;</p>
ПК-3	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	<p>ЗНАТЬ:</p> <p>методики организационно-управленческой работы с малыми коллективами.</p> <p>УМЕТЬ:</p> <p>самостоятельно проводить наблюдение и фиксировать данные о распределении проектных команд внутри сложившегося коллектива.</p> <p>ВЛАДЕТЬ:</p>

		навыками работы и общения в малом коллективе
ПК-11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;	<p><b>ЗНАТЬ:</b> общую характеристику функций по составлению аналитических справок, обзоров и отчетов;</p> <p><b>УМЕТЬ:</b> формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты;</p> <p><b>ВЛАДЕТЬ:</b> навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, и отражения полученных данных в ВКР.</p>

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

#### **Аннотация программы производственной практики**

### **Б2.П.2 ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Вид практики:** Производственная

**Тип практики:** практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;

**Способ проведения практики:** стационарная и выездная

**Цель:**

- закрепление, расширение и систематизация знаний, полученных при освоении специальных дисциплин, на основе изучения деятельности отдела связей с общественностью в конкретной организации (общественной, производственной, коммерческой структуре, средстве массовой информации);
- приобретение практического опыта работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

**Задачи практики:**

- ознакомление с предприятием (организацией) как объектом производственной практики, включая изучение нормативно -правовой документации, регулирующей деятельности организации;
- закрепление, углубление и развитие знаний, полученных студентами в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения, включая формирование навыков проведения социологических и маркетинговых исследований;
- приобретение обучающимися опыта управленческой работы в организациях;
- приобретение умений и выработка навыков по планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- изучение и проектирование рекламного и PR-продукта, технологии его изготовления.

**Место и время проведения практики:**

Практика проходит в шестом семестре 3 курса в течение восьми недель.

Базами проведения учебной практики являются, как правило, предприятия, учреждения и организации всех форм собственности, расположенные в г. Калуге и Калужской области. База проведения практики может быть выбрана студентом самостоятельно, при условии соответствия базы практик требованиям ФГОС ВО и

ОПОП.

Объём практики: 432 ч., 12 з.е.

**В результате прохождения практики формируются следующие компетенции:**

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов прохождения практики
1	2	3
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>		
ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	ЗНАТЬ: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; УМЕТЬ: проводить мероприятия по повышению имиджа организации; ВЛАДЕТЬ: Навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в организациях.
ОПК-2	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	ЗНАТЬ: принципы построения организационных структур и распределения функций управления; принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью; УМЕТЬ: реализовывать профессиональные функции и применять основные методы и технологии связей с общественностью в различных структурах; ВЛАДЕТЬ: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективности рекламы.
<i>Профессиональные компетенции</i>		
ПК-9	способностью проводить маркетинговые исследования;	ЗНАТЬ: методику организации и проведения рыночного наблюдения, опроса, анкетирования, эксперимента, ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований; УМЕТЬ: осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных для организации; анализировать макро- и микросреду рынка, разрабатывать концепцию проведения маркетинговых

		исследований (кабинетных и внекабинетных), ВЛАДЕТЬ: навыком проводить изучение конкурентной среды и потребительских предпочтений, сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей, обрабатывать и анализировать результаты проведенных исследований.
ПК-10	способностью организовывать и проводить социологические исследования;	ЗНАТЬ: методику организации и проведения социологического исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации; УМЕТЬ: определить цель социологического исследования и прогнозировать общественное мнение на основе социологического исследования; ВЛАДЕТЬ: навыком организации и проведения социологического исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа организации.

**Форма контроля:** зачет с оценкой.

**Аннотация программы производственной практики  
Б2.П.3 ПРЕДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

**Вид практики:** Производственная

**Тип практики:** преддипломная

**Способ проведения практики:** стационарная и выездная

**Цель:**

- применение теоретических знаний, полученных в период обучения в университете, практических навыков, приобретенных за время прохождения предыдущих учебной и производственной практик;
- изучение, сбор, обработку и систематизацию материалов для написания выпускной квалификационной работы (далее – ВКР);

**Задачи практики:**

- овладение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;
- приобретение способности осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в



социальной сфере , сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;

- приобретение опыта работы с клиентами , ведения деловых переговоров и подготовки рекламных и информационных материалов , практики спичрайтинга , мониторинга СМИ , организации и проведения специальных мероприятий (пресс-конференций, брифингов, презентаций и т. д.);
- участие в планировании работы отдела (службы) по связям с общественностью,
- разработка имиджевых документов, участие в брендинге (управлении торговой маркой), продвижении товаров и услуг, подготовке и рассылке пресс-релизов;
- овладение способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные, рекламные, имиджевые кампании и мероприятия;
- овладение способностью осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
- формирование навыков создания текстов и документов , используемых в сфере связей с общественностью и рекламы;
- формирование базовых навыков оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- овладение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

#### **Место и время проведения практики:**

Практика проходит в восьмом семестре 4 курса в течение четырех недель.

Базами проведения учебной практики являются, как правило, предприятия, учреждения и организации всех форм собственности, расположенные в г. Калуге и Калужской области. База проведения практики может быть выбрана студентом самостоятельно, при условии соответствия базы практик требованиям ФГОС ВО и ОПОП.

**Объём практики:** 216 ч., 6 з.е.

#### **В результате прохождения практики формируются следующие компетенции:**

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов прохождения практики
1	2	3
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>		
ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	ЗНАТЬ: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; УМЕТЬ: проводить мероприятия по повышению имиджа организации; ВЛАДЕТЬ: Навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в организациях.
ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов	ЗНАТЬ: направления и технологии рекламно-информационной деятельности, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции;

	рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	<p>УМЕТЬ: под контролем готовить к выпуску информационную продукцию, включая текстовые и графические материалы;</p> <p>ВЛАДЕТЬ: навыком выбора наиболее оптимальных каналов распространения изготовленной информационной продукции.</p>
<i>Профессиональные компетенции</i>		
ПК-9	способностью проводить маркетинговые исследования;	<p>ЗНАТЬ: методику организации и проведения рыночного наблюдения, опроса, анкетирования, эксперимента в интересах подготовки ВКР; ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований;</p> <p>УМЕТЬ: осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных для организации; анализировать макро- и микросреду рынка, разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований (кабинетных и внекабинетных),</p> <p>ВЛАДЕТЬ: навыком проводить изучение конкурентной среды и потребительских предпочтений, сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей, обрабатывать и анализировать результаты проведенных исследований и отражать их в ВКР.</p>
ПК-10	способностью организовывать и проводить социологические исследования;	<p>ЗНАТЬ: методику организации и проведения социологического исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации;</p> <p>УМЕТЬ: определить цель социологического исследования и прогнозировать общественное мнение на основе социологического исследования;</p> <p>ВЛАДЕТЬ: навыком организации и проведения социологического исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа организации; навыком использования данных в эмпирической части ВКР.</p>
ПК-11	способност	ЗНАТЬ:

	ью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;	общую характеристику функций по составлению аналитических справок, обзоров и отчетов; УМЕТЬ: формулировать обзоры и прогнозы для руководства, анализировать эффективность содержания сообщений СМИ, подготавливать справки и отчеты; ВЛАДЕТЬ: навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, и отражения полученных данных в ВКР.
--	---	--

**Форма контроля:** зачет с оценкой.