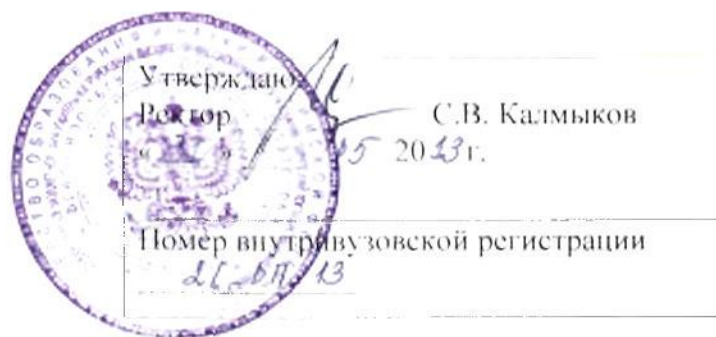


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВПО «Бурятский государственный университет»



**Основная образовательная программа  
высшего профессионального образования**

Направление подготовки  
**031600. 62 Реклама и связи с общественностью**

Профиль подготовки  
**Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

Квалификация (степень)  
**Бакалавр**

Форма обучения  
**Очная**

Улан-Удэ  
2013

## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **1 Общие положения**

1.1 Основная образовательная программа бакалавриата, реализуемая вузом по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью и профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

1.2 Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 031600.62

1.3 Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования (бакалавриат)

1.4 Требования к абитуриенту

### **2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью (профиль реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)**

2.1 Область профессиональной деятельности выпускника

2.2 Объекты профессиональной деятельности выпускника

2.3 Виды профессиональной деятельности выпускника

2.4 Задачи профессиональной деятельности выпускника

### **3. Компетенции выпускника ООП бакалавриата, формируемые в результате освоения данной ООП ВПО**

### **4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью (профиль реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)**

4.1 Годовой календарный учебный график.

4.2 Учебный план подготовки бакалавра.

4.3 Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин

4.4 Программы учебной и производственной практик.

### **5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью (профиль реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)**

### **6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и профессиональных компетенций выпускников**

### **7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП бакалавриата по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью (профиль реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)**

7.1 Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

7.2 Итоговая государственная аттестация выпускников ООП бакалавриата

### **8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся**

### **Приложения**

## **1. Общие положения**

**1.1 Основная образовательная программа бакалавриата, реализуемая в Бурятском государственном университете по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью и профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»** представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ФГОС ВПО), а также с учетом рекомендованной примерной образовательной программы.

ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

**1.2 Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью и профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

Нормативную правовую базу разработки ООП бакалавриата составляют:

- Федеральные законы Российской Федерации: «Об образовании» (от 21 декабря 2012 года ФЗ-273) и «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» (от 22 августа 1996 года №125-ФЗ);
- Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 года № 71 (далее – Типовое положение о вузе);
- Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) по направлению подготовки **031600.62 Реклама и связи с общественностью** высшего профессионального образования (ВПО) (бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «29» марта 2010 г. №221;
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
- Устав Бурятского государственного университета

**1.3 Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования (бакалавриат) по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью**

**1.3.1 Цель (миссия) ООП бакалавриата 031600.62 Реклама и связи с общественностью и профилю подготовки реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

ООП бакалавриата по направлению подготовки 031600.32 **Реклама и связи с общественностью и профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»** имеет своей целью развитие у студентов личностных качеств, а также формирование организационно-управленческих, проектных, коммуникационных, рекламно-информационных, рыночно-исследовательских и прогнозно-аналитических компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки.

В области воспитания целью ООП бакалавриата по направлению подготовки **031600.32 Реклама и связи с общественностью** является: развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной

мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели, навыков организационно-управленческой и проектной деятельности.

В области обучения целью ООП бакалавриата по направлению подготовки **031600.62 Реклама и связи с общественностью** является формирование общекультурных: социально-личностных, общенаучных и профессиональных: организационно-управленческих, проектных, коммуникационных, рекламно-информационных, рыночно-исследовательских и прогнозно-аналитических компетенций, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности и быть устойчивым на рынке труда.

### **1.3.2 Срок освоения ООП бакалавриата - 4 года**

### **1.3.3 Трудоемкость ООП бакалавриата по направлению 031600.62 Реклама и связи с общественностью**

Трудоемкость освоения студентом данной ООП за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению составляет 240 зачетных единиц и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

### **1.4 Требования к абитуриенту**

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании.

## **2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью (профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»)**

### **2.1. Область профессиональной деятельности выпускника**

В соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки областью профессиональной деятельности бакалавра с профилем подготовки реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере является:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

В число организаций и учреждений, в которых может осуществлять профессиональную деятельность выпускник по данному направлению и профилю подготовки ВПО входят:

- пресс-службы, отделы по связям с общественностью государственных структур федерального, регионального и местного уровней, органов самоуправления, политических партий, общественных движений;
- рекламные агентства, рекламно-информационные центры, консалтинговые агентства, коммуникационные агентства, маркетинговые службы;
- средства массовой информации;
- службы рекламы и маркетинга в средствах массовой информации;

### **2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника**

Объектами профессиональной деятельности бакалавров по профилю подготовки **реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере** в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки являются:

- государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

### **2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника**

В соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки бакалавр с профилем подготовки реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере подготовлен к следующим видам профессиональной деятельности:

Организационно-управленческая

Проектная

Коммуникационная

Рекламно-информационная

Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая

#### **2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника**

Бакалавр по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профилем ООП:

**Организационно-управленческая:** участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;

Участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.

**Проектная:** участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

Подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

**Коммуникационная:** участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержке корпоративной культуры;

Участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

**Рекламно-информационная:** разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая тестовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

**Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:** участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;

участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных;

подготовка. Организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа;

сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;

составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;

написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

### **3. Компетенции выпускника ООП бакалавриата, формируемые в результате освоения данной ООП ВПО**

Результаты освоения ООП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ООП бакалавриата выпускник должен обладать следующими компетенциями:

#### *Общекультурные компетенции*

ОК-1 владение культурой мышления; способность к общению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОК-2 умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;

ОК-3 готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе;

ОК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность;

ОК-5 умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;

ОК-6 стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;

ОК-7 умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства для развития достоинств и устранения недостатков;

ОК-8 осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;

ОК-9 использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы;

ОК-10 использования основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;

ОК-11 способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;

ОК-12 владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией;

ОК-13 способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;

ОК-14 владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного;

ОК-15 владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;

ОК-16 владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития;

ОК-17 знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство РФ, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии;

#### *Профессиональные компетенции*

#### **ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ**

ПК-1 способностью 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;

ПК-2 владением 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;

ПК-3 способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-4 способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;

ПК-5 владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;

ПК-6 обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования и копирайтинга;

ПК-7 обладает базовыми навыками бренд-менеджмента;

ПК-8 обладает базовыми навыками медиапланирования;

ПК-9 обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;

ПК-10 способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;

ПК-11 способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий;

ПК-12 способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;

ПК-13 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;

ПК-14 умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия;

ПК-15 умением использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации;

#### **ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:**

ПК-16 обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга;

ПК-17 знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) методами их реализации; знает основы бизнес-процессов;

ПК-18 способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений;

ПК-19 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 имджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

ПК-20 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации;

ПК-21 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;

ПК-22 способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации;

осуществление работы по повышению квалификации общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

#### **ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

ПК-23 способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;

ПК-24 владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

ПК-25 способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации;

#### **КОММУНИКАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

ПК-26 способностью 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;

ПК-27 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

#### **РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

ПК-28 способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

#### **РЫНОЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ И ПРОГНОЗНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:**

ПК-29 обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции;

ПК-30 способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации;

ПК-31 способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных;

ПК-32 способностью подготовить и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа;

ПК-33 способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы;

ПК-34 владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

ПК-35 владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов.



**4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью** в соответствии с п.39 Типового положения о вузе и ФГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ООП регламентируется учебным планом бакалавра с учетом его профиля; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин; материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

#### **4.1 Календарный учебный график**

Последовательность реализации ООП ВПО бакалавриата по направлению подготовки 031600.62 (профиль реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере) по годам (включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы).

#### **4.2 Учебный план подготовки бакалавра**

В учебном плане подготовки бакалавра (профиль реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере) отображена логическая последовательность освоения циклов и разделов ООП (дисциплин и практик), обеспечивающих формирование компетенций. Указана общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

В базовых частях учебных циклов указан перечень базовых дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки. В вариативных частях учебных циклов указан самостоятельно сформированный вузом перечень и последовательность дисциплин в соответствии с профилем подготовки реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере. При этом учтены рекомендации ПООП ВПО бакалавриата по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплины по выбору обучающихся составляют не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам ООП.

Для каждой дисциплины и практики в учебном плане указаны виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

#### **4.3 Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)**

##### *Аннотации дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла учебного плана*

#### **БАЗОВАЯ ЧАСТЬ**

##### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Русский язык и культура речи**

##### **Цели освоения дисциплины:**

формирование и развитие языковой личности на основе знаний русского языка как единства взаимосвязанных сторон системы и функционирования его законов в коммуникативном воздействии и овладение нормами литературного языка, знаниями риторики – этики и эстетики речевого поведения и общения.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть цикла ГСЭ.

##### **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**

ОК-1, ОК-2, ОК-6, ПК-5, ПК-6, ПК-9, ПК-10, ПК-22.

##### **Содержание дисциплины:**

Стили современного русского литературного языка. Языковая норма, ее роль в становлении и функционировании литературного языка. Речевое взаимодействие. Основные единицы общения. Устная и письменная разновидности литературного языка. Нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи.

Функциональные стили современного русского языка. Взаимодействие функциональных стилей. Научный стиль. Специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности.

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. Реклама в деловой речи. Правила оформления документов. Речевой этикет в документе.

Жанровая дифференциация и отбор языковых средств в публицистическом стиле. Особенности устной публичной речи. Оратор и его аудитория. Основные виды аргументов. Подготовка речи: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развертывание и завершение речи. Основные приемы поиска материала и виды вспомогательных материалов. Словесное оформление публичного выступления. Понятливость, информативность и выразительность публичной речи.

Разговорная речь в системе функциональных разновидностей русского литературного языка. Условия функционирования разговорной речи, роль внеязыковых факторов. Культура речи. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Иностранный язык**

**Основной целью** курса является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть цикла ГСЭ.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1, ПК-1.

#### **Содержание дисциплины:**

Совершенствование навыков монологической и диалогической речи до уровня подготовленного монологического и диалогического высказываний на основе речевых упражнений и опорных текстов по темам: Meetmyfamily. John's family. My friends. My apartment. Hobby. My studies. Grammar: Глаголы to be, to have. Множественное число существительных. Местоимения (личные, притяжательные). Числительное. Степени сравнения прилагательных. Времена группы Simple. Совершенствование навыков монологической и диалогической речи до уровня подготовленного монологического и диалогического высказываний на основе речевых упражнений и опорных текстов по темам: Meals. Shopping. In the Hospital. Cinema. Theatres. Museums. Grammar: Времена групп Simple, Progressive, Perfect. Общие и специальные вопросы. Совершенствование навыков монологической и диалогической речи до уровня подготовленного монологического и диалогического высказываний на основе речевых упражнений и опорных текстов по темам: Country studies. Traveling: Buryatia. Ulan-Ude. Sightseeing in London. At the travel agency. At the airport. Asking the way. In the hotel. Grammar: Согласование времен. Страдательный залог. Модальные глаголы. Совершенствование навыков монологической и диалогической речи до уровня подготовленного монологического и диалогического высказываний на основе речевых упражнений и опорных текстов по темам: My future profession. Job hunting. Grammar: Неличные формы глагола. Инфинитив. Герундий. Причастие. Чтение, перевод и реферирование общенаучных и специализированных текстов. Оформление резюме, сопроводительных писем, автобиографии. Заполнение анкет, форм, деклараций.

Формирование и совершенствование навыков диалогической и монологической речи по темам: Деловая коммуникация. Переговоры. Сотрудничество с зарубежными коллегами. Совершенствование навыков монологической и диалогической речи до уровня подготовленного монологического и диалогического высказываний на основе речевых упражнений и опорных текстов по темам: Philology.Styles. Дальнейшее совершенствование грамматических и лексических навыков.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Отечественная история**

**Цели освоения дисциплины** заключаются в том, чтобы проанализировать характер политических, экономических, культурных процессов в Российском централизованном государстве и Российской империи, дать историографическое цельное представление об историческом пути России во всей его сложности, выявить воздействие на историю России цивилизационно формирующихся центров Востока и Запада.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть гуманитарного, социального и экономического цикла.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1; ОК-3; ОК-6; ОК-9; ОК-11; ПК-7-8; ПК-13.

#### **Содержание дисциплины:**

Россия в системе мировых цивилизаций; характерные черты цивилизационного процесса в России; этногенез славян и этнокультурные процессы в восточном славянстве; древнерусское государство, характер его взаимодействия с западными, восточными и степными цивилизациями; русские земли в период феодальной раздробленности, характер экономических, политических и культурных процессов; объединение русских земель вокруг Москвы; Московское царство в XV-XVII вв., социально-экономическое, политическое и культурное развитие; особенности российской цивилизации в XVIII в.; Россия в Новое время, глобальные проблемы общественно-исторического развития и способы их решения; советское государство, противоречия общественного и духовного развития, характер взаимодействия власти и общества, причины кризиса тоталитаризма; современная Россия, становление гражданского общества.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Культурология**

#### **Цели освоения дисциплины:**

Способствовать формированию у студентов культурологических знаний, которые позволяют понять сущность культуры, основные механизмы и закономерности ее функционирования.

#### **Место дисциплины в структуре ООП:**

дисциплина входит в базовую часть цикла ГСЭ.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1, ОК-2, ОК-6, ОК-9, ПК-8, ПК-9, ПК-11.

**Содержание дисциплины:** Культурология как наука. Многообразие подходов к определению термина «культура». Методы культурологии. Морфология культуры. Традиции, ценности, нормы. Адаптивные функции культуры. Многообразие культур: этнокультуры, национальные культуры, субкультуры. Теории культурной эволюции и макрокультурной динамики. Культура и психология личности: основные концепции, актуальные направления. Принципы типологизации культуры: эволюционный и цивилизационный подходы, культурный релятивизм. Древнейшие формы культуры и мифологическое сознание. Особенности развития западноевропейской и американской культуры. Цивилизации Востока. Специфика русской культуры, место России в мировом культурном процессе. Религия и культура: культурное наследие мировых религий, религиозные культы в системе культуры. Культурная модернизация и глобализация, тенденции развития мирового культурного процесса. Современные парадигмы культурологического знания.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

## **Психология**

**Цели освоения дисциплины** заключаются в усвоении психологических знаний, способствующих более глубокому пониманию мира, эффективному осуществлению профессиональной деятельности, успешному взаимодействию с другими людьми и т.п.

**Место дисциплины в структуре ООП:** Дисциплина входит в базовую часть цикла дисциплин ГСЭ.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-14, ПК-4, ПК-10, ПК-17, ПК-55.

### **Содержание дисциплины**

Психология: предмет, объект и методы психологии. Место психологии в системе наук. История развития психологического знания и основные направления в психологии. Индивид, личность, субъект и индивидуальность. Психика и организм. Психика, поведение, и деятельность. Основные функции психики. Развитие психики в процессе онтогенеза и филогенеза. Мозг и психика. Структура психики. Соотношение сознания и бессознательного. Основные психические процессы. Структура сознания. Познавательные процессы. Ощущение. Восприятие. Представление. Воображение. Мышление и интеллект. Творчество. Внимание. Мнемические процессы. Эмоции и чувства. Психическая регуляция поведения и деятельности. Общение и речь. Психология личности. Межличностные отношения. Психология малых групп. Межгрупповые отношения и взаимодействия.

## **Аннотация рабочей программы дисциплины Социология**

### **Цели освоения дисциплины:**

изучение предмета, содержания, основных теорий и концепций развития социологии, ее специфики, принципа соотношения методологии и методов социологического познания, развить умение оценивать и анализировать происходящие общественные явления и процессы.

Задачи учебного курса: выработка у студентов целостного представления об обществе; изучение явлений, факторов и проблем, наблюдаемых в обществе, институтах, социальных группах для объяснения и понимания социальных процессов, выработка умения использовать в профессиональной и повседневной жизни социологические знания.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть цикла ГСЭ.

### **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**

ОК-10, ПК-14, ПК-15.

### **Содержание дисциплины:**

Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Социологический проект О.Конта. Социология Г.Спенсера. Классические социологические теории. Современнесоциологические теории. Западно-европейская социология XIX-начала XX вв. (эволюционно-органическое, структурно-функциональное, психологическое направления, теории социального конфликта, социального действия). Основные парадигмы современной западной социологии. История развития социологической мысли в России. Понятие и структура социального действия. М.Вебер и типы социального действия. Поведение людей в процессе взаимодействия. П.Сорокин. Массовое сознание и массовые действия. Теории толп. Тард Г. Лебон Г. Социальные движения (Г.Блумер, С.Смелзер). Понятие общества в истории социологической мысли. Фундаментальные объяснения возникновения и развития общества. Признаки общества. Э.Шилз. Типология обществ. О.Конт и Э.Дюркгейм, К.Маркс, Р.Арон и Д.Белл, У.Ростом, О.Тоффлер, В.Л.Иноземцев. Понятие система в социальной науке. Общество как социетальная система. Теории Т.Парсонса, Р.Мертмана, Н.Лумана. Определение социального института. Институционализация. Типология институтов. Биологическое и социальное неравенство. Теория стратификации П.Сорокина. Т.Парсонс., К.Маркс, Вебер, Исторические типы стратификации. Рабство и рабовладельческое общество. Касты и кастовое общество. Сословия и сословное общество. Классообразующие признаки и общественный класс.

Классовая система общества. Понятие социального статуса. Виды статусов. Типология мобильности. Понятие прогресса, эволюции и социальных изменений. Понятие модернизации общества. Формационный и цивилизационный подходы в концепции модернизации. Модернизация российского общества. Понятие культуры в социологии. Базисные элементы культуры. Традиции и ценности. Типы культур. Процессы глобализации. Мировое сообщество. Формирование мировой системы. Понятие и критерии классификации социальных движений. Место России в мировом сообществе. Теоретические и эмпирические исследования в социологии. Социологический инструментарий. Неопросные методы социологического исследования: наблюдение, эксперимент, анализ документов. Программа социологического исследования. Опросные методы социологического исследования. Виды опросов: анкетирование, интервьюирование, фокус-группа, тестирование. Понятие выборки

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Философия**

**Целью освоения курса «Философия»** является формирование у студентов представлений о мире как целом и месте человека в нем, о взаимоотношениях между человеком и миром, о путях и способах познания и преобразования человеком мира, о будущем этого мира.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть цикла ГСЭ.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1, ОК-4, ОК-6, ОК-8, ОК-9

**Содержание дисциплины:** Предмет философии. Место и роль философии в культуре. Становление философии. Основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития. Структура философского знания. Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизации бытия. Понятия материального и идеального. Пространство, время. Движение и развитие, диалектика. Детерминизм и индетерминизм. Динамические и статистические закономерности. Научные, философские и религиозные картины мира. Человек, общество, культура. Человек и природа. Общество и его структура. Гражданское общество и государство. Человек в системе социальных связей. Человек и исторический процесс; личность и массы, свобода и необходимость. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. Мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести. Сознание и познание. Сознание, самосознание и личность. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Проблема истины. Действительность, мышление, логика и язык. Научное и ненаучное знание. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Рост научного знания. Научная революция и смена типов рациональности. Наука и техника. Будущее человечества. Глобальные проблемы современности. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Экономика**

**Цели освоения дисциплины:** формирование у студентов основ современного экономического мышления, целостного представления об основных закономерностях экономической жизни общества.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть цикла

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-3, ОК-6, ОК-9, ПК-10, ПК-18, ПК-20.

**Содержание дисциплины:**

Генезис экономической теории. Меркантилизм. Школа физиократов. Рыночная школа классиков. Марксистская экономическая школа. Экономикс. Неоклассическое и

кейнсианское направления. Предмет экономической теории. Общественное производство. Экономические отношения. Потребности. Экономические потребности. Безграничность потребностей. Экономические блага. Ресурсы. Экономические ресурсы. Ограниченность ресурсов. Виды ресурсов: земля, капитал, труд, предпринимательская способность. Методология экономической теории и ее особенности. Экономические принципы – экономическая политика, разрешающая экономические проблемы. Методы экономического исследования: наблюдение и сбор фактов, обобщения, эксперимент, моделирование, абстракция, анализ и синтез, системный подход, индукция и дедукция, гипотеза, исторический и логический, графический.

Нормативная и позитивная экономическая теория. Микро- и макроэкономика. Основные экономические проблемы, стоящие перед обществом. Типы экономических систем: рыночная, командная, смешанная, традиционная. Переходная экономика. Типы экономических систем по другим признакам классификации экономических систем. Спрос. Величина спроса. Закон спроса и три уровня его аргументации. Кривая спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Детерминанты (факторы) спроса. Изменения спроса и изменения величины (объема спроса). Предложение. Величина предложения. Закон предложения. Кривая предложения. Детерминанты (факторы) предложения. Изменения предложения и изменения величины (объема) предложения. Взаимодействие спроса и предложения: равновесная цена и равновесное количество товаров. Уравновешивающая функция цен. Статичность равновесия. Изменения предложения и спроса. Введение государством фиксированного минимального уровня цен и потолка цен. Эластичность спроса и предложения. Ценовая эластичность спроса. Коэффициент эластичности, его формула. Виды ценовой эластичности спроса: абсолютная эластичность, эластичный спрос, неэластичный спрос, абсолютно неэластичный спрос. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса. Эластичность предложения. Предпринимательство как вид хозяйственной деятельности. Особенности российского предпринимательства. Теневая экономика. Предприятие (фирма), организационные формы. Издержки: сущность и причины. Экономические издержки. Роль издержек в экономике. Классификация издержек по разным критериям: частные и общественные, безвозвратные, издержки производства и реализации, издержки производства и затраты упущенных возможностей (вмененные издержки), внешние (явные) и внутренние (неявные) издержки. Нормальная прибыль. Выручка от реализации продукции. Экономическая и бухгалтерская прибыль. Условия получения экономической прибыли или сверхприбыли. Издержки производства в краткосрочный период. Постоянные и переменные факторы производства. Постоянные, переменные и общие издержки. Графики этих издержек. Конкуренция – основная черта рынка. Виды конкуренции: совершенная и несовершенная. Рыночная власть продавца. Степень рыночной власти – чистая монополия, олигополия, монополистическая конкуренция.

Понятие национальной экономики. Цели национальной экономики. Макроэкономическая политика. Структура национальной экономики: воспроизводственная, социальная, отраслевая, территориальная. Инфраструктура. Структурные сдвиги в экономике России на этапе перехода к рынку. Кругооборот доходов и продуктов. Понятие «экономический рост». Показатели и значение экономического роста. Типы экономического роста. Основные факторы экономического роста. Концепции экономического роста. Занятость и безработица. Виды безработицы. Уровень безработицы. Функции денег: мера стоимости, средство обращения, средство сбережения. Виды денег. Закон денежного обращения. Предложение денег. Денежные агрегаты. Спрос на деньги. Денежный рынок. Равновесие на денежном рынке.

## **ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ**

### **Аннотация рабочей программы дисциплины История Бурятии**

**Цели освоения дисциплины:** Курс История Бурятии предполагает изучение основных этапов становления и развития региона с древнейших времен и до наших дней, выявления общих закономерностей и национально-культурных особенностей. В процессе изучения курса ставятся следующие задачи: выявление общей закономерности развития региона во взаимосвязи с мировым историческим процессом, сформировать объективную картину развития хозяйственной деятельности и общественных отношений; выявление особенностей развития культуры; освещение политической истории региона; сформировать историческое мышление на примере региональной истории; овладеть необходимыми знаниями и методикой научных исследований. История Бурятии является частью Отечественной истории.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла ГСЭ.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1, ОК-6-7, ОК-9.

**Содержание дисциплины:** Антропогенез на территории Бурятии. Палеолит, мезолит, неолит, бронзовое время. Древние государства на тер. Центральной Азии. Монгольское государство. Этногенез бурятского народа. Миграционная и автохтонная теория. Образование крупных племенных объединений бурят. Начало процесса формирования бурятской народности. Особенности историографии процесса присоединения Прибайкалья к России на разных этапах развития исторической науки. Первые выступления казачьих отрядов. Присоединение Забайкалья. Заключение Нерчинского договора России с Китаем. Заключение С. Рагузинским Бурунского трактата с Китаем. Русско-монгольские отношения в 70-80-х годах XVII в. Последствия и историческое значение присоединения Бурятии к России. Особенности земледельческого освоения. Заселение и земледельческое освоение Забайкалья. Хозяйство бурят и эвенков в конце XVII- XIX вв. Изменение в хозяйственной деятельности бурят и эвенков после присоединения к России. Социально-экономическое развитие в результате строительства Транссибирской железной дороги. Национально-освободительное движение. Бурятия в период первой мировой войны и падения самодержавия. Бурятия в период Февральской буржуазно-демократической революции. Установление советской власти в Бурятии гражданской войны. Образование Бурят-Монгольской автономной советской социалистической республики. Модернизация процессы в Бурятии в 1920-1930-е годы. Бурятия в годы Великой Отечественной войны. Бурятия в 1946-1964 гг. Общественно-политическая обстановка в Бурятии. Особенности социально-демографических процессов. Экономика Бурятии. Общественно-политическая жизнь. Развитие социально-культурной сферы. Экономика республики.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины Бурятский язык**

**Цели освоения дисциплины:** Сформировать устойчивые фонетические навыки и навыки функционального применения грамматического материала на бурятском языке; овладеть различными видами речевой деятельности. Учебная программа по курсу разговорного бурятского языка предназначена для студентов филологического факультета университета.

**Место дисциплины в структуре ООП:** Дисциплина входит в вариативную часть цикла ГСЭ.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-3, ОК-6, ОК-8-9, ОК-13, ПК-1, ПК-4-5, ПК-7-8

**Содержание дисциплины:**

Звуки: согласные, гласные – краткие и долгие, дифтонги. Интонация сообщения, согласия, несогласия, общего вопроса, перечисления. Указательные местоимения: *энэ, тэрэ*. Частица предложения: *бэээ*. Отрицательная частица: *бэиэ*. Слова-предложения: *тиимэ, бэиэ*. Структура бурятского предложения. Род.падеж и совместный падеж существительных, личные и неличные существительные. Частицы – *гуй, юм, ха, ха Юм, лэ, даа*. Общий и специальный вопрос. Имя прилагательное. Лично-предикат. частицы ед.ч. и мн.ч. Глагол в

бурятском языке. Многократное причастие. Числительные, порядковые числительные. Словообразовательный суффикс –*тан*. Частица прошедшего времени –*һэн*. Наречие образа действия. Причастный оборот времени.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Национальная культура в условиях глобализации**

#### **Цели освоения дисциплины:**

изучение основных теоретических и прикладных проблем национальной культуры в условиях глобализации в современном мире и в Бурятии.

**Место дисциплины в структуре ООП:** Дисциплина входит в вариативную часть цикла ГСЭ.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1, ОК-6, ОК-7, ПК-10.

**Содержание дисциплины:** Понятие культуры. Связь культуры и этноса; Понятие "глобализация"; Этническая идентичность и этническая мобилизация в условиях глобализации; Этничность и культура в условиях глобализации; Политика защиты этнической культуры: перспективы в развитии; Особенности национальной культуры Бурятии в современных условиях; Глобализационные изменения в традиционной культуре и самоидентификации бурят; Национальная культура как форма и условие сохранения идентичности бурятского народа; Глобализация и развитие культурных процессов в современном мире.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Русская литература и искусство**

**Основными целями** освоения курса являются знакомство с русской литературой в ее связи с другими видами искусства; формирование адекватного восприятия и систематизированных представлений о процессе генезиса и развития литературы и искусства, об особенностях ведущих эстетических систем, их роли в истории развития литературы и искусства; воспитание навыков самостоятельного анализа и понимания произведений литературы и искусства, не только в художественном, но и в историческом, общественно-политическом контексте; развитие эстетического чувства, умения работать с художественно-стилевыми системами различных периодов

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору входит из цикла ГСЭ.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-2, ОК-6, ПК-5, ПК-10.

**Содержание курса:** Искусство как особая форма постижения мира. Концепции искусства в истории эстетики. Состав произведения искусства. Литература и искусство Киевской Руси. Литература и искусство периода феодальной раздробленности. Областные тенденции в литературе и искусстве. Литература и искусство Московского периода. Литература и искусство XVIII века. Литература и искусство эпохи романтизма (I пол. XIX в.) Литература и искусство II пол. XIX в. Литература и искусство XX века. Современная литература и искусство.

В программе курса также представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемой в ходе изучения дисциплины, список художественных текстов, а также ориентировочный перечень вопросов для подготовки к зачетам и экзаменам.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Россия в глобальном информационном пространстве**

#### **Цели освоения дисциплины:**

расширение и систематизация знаний студентов об эволюции мирового информационного рынка, о факторах и особенностях его развития, основных акторах и их взаимодействии. Особое внимание уделяется анализу воздействия новостных СМИ на общественное мнение, политику и дипломатию, изучению степени их влияния на развитие ситуации во время вооруженных конфликтов, кризисов и гуманитарных катастроф. Знакомство студентов с теорией и практикой глобальных медиа в контексте геополитических вызовов XXI века



будет способствовать глубокому пониманию информационно-коммуникационных процессов и их роли в мировой политике, экономике.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору в цикле ГСЭ.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1, ОК-2, ОК-4, ПК-10.

**Содержание дисциплины:**

Политический, экономический, социальный и технологический факторы формирования глобального информационного пространства после окончания холодной войны. Глобализация и информационное общество в оценках ведущих социологов, политологов и экономистов. Структура информационного рынка, медийные секторы и их взаимосвязь. Политическое, экономическое и правовое регулирование медиарынка. Основные акторы коммуникационных сетей. Характерные ценности информационного общества. Специфика и концепции вещания новостных телесетей. Функции глобальных телесетей и особенности их новостного цикла. Программные стратегии и способы привлечения аудитории в условиях жесткой конкуренции. Основные поставщики информации и их стратегии. Российская и мировая журналистика в новом тысячелетии: вызовы и проблемы. Новые медиа. Блогжурналистика: ее значение, тенденции и перспективы развития.

Роль глобальных медиа в разрешении конфликтов и кризисных ситуаций. «Фактор CNN» и его роль в политических процессах. Особенности освещения вооруженных конфликтов и терактов глобальными телеканалами и сетевыми СМИ.

Потенциальные и реальные возможности влияния глобальных медиа на политику и дипломатию в кризисных ситуациях. Тактика и стратегия информационных войн.

*Аннотации дисциплин по выбору гуманитарного, социального  
и экономического цикла учебного плана*

**Аннотация рабочей программы дисциплины**

**Риторика**

**Цели освоения дисциплины:** получить целостное представление о риторике в единстве ее теоретических и прикладных аспектов; познакомиться с основами риторических знаний; приобрести риторические умения по созданию и восприятию текста (сообщения); уметь применять полученные знания и умения в теоретической и практической деятельности в области отечественной филологии.

**Место дисциплины в структуре ООП:** Б.2. Общепрофессиональный цикл. Вариативная часть. Иные дисциплины по выбору вуза.

Изучение данной дисциплины опирается на фундамент лингвистических дисциплин. Она предполагает междисциплинарное взаимодействие с такими дисциплинами гуманитарного цикла, как «Философия» (разделы «Социальное познание», «Социальная структура», «Язык и мышление»); «Логика»; «Лингвистика» (разделы «Стилистика», «Синтаксис», «Лексика»). Входными знаниями являются знания, полученные в курсе «Современный русский язык».

Место учебной дисциплины – в системе дисциплин профильной подготовки «Отечественная филология (русский язык и литература)», в совокупности дисциплин гуманитарного цикла, изучающих человека в разных гранях.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-2; ОК-4; ОК-6-9; ОК-11-12; ПК-1; ПК-3-8.

**Содержание дисциплины:**

Понятия общая риторика (изучение принципов построения целесообразной речи) и частная риторика (изучение конкретных видов и жанров речи). Риторический Ренессанс (из истории риторики). Особенности русского красноречия.

Виды ораторской прозы (судебная, политическая, академическая и др.). Высказывание как главная единица публичной речи. Основные формы и признаки публичного высказывания.

Убеждение – основа цельности и эффективности речевого действия. Средства убеждения: логос, этос, пафос.

Риторическое построение – метод создания завершеного высказывания. Античный риторический канон – система правил трансформации мысли в слово, завершенная модель речевой деятельности, описывающая полный идеоречевой цикл. Стадии (шаги) трансформации предмета мысли в слово: *изобретение, расположение, элокуция (словесное выражение), память, действие (исполнение)*. Изобретение – построение замысла *целесообразного высказывания*, предназначенного конкретной аудитории в конкретных обстоятельствах. Мотивы отбора предметов или явлений, по поводу которых происходит речевое взаимодействие. Закон интереса (важности). Образ аудитории. Градуирование предмета – превращение предмета индивидуального интереса в предмет интереса общественного.

Топика – совокупность смысловых моделей, отражающих общие законы человеческого мышления.

Диспозиция – правила расположения идей в речевом произведении, способы и порядок представления содержания в речи. Состав и последовательность речевых форм, уместных в начале (введении), в середине (основной части) и в конце (заключении) речи.

Использование ораторского пафоса (“стра-сти”). Виды общего (литературного) пафоса: героический, сентиментальный, иронический, романтический, реалистический.

Риторическая эмоция (частный пафос) – направление общего пафоса на конкретную положительную или отрицательную ценность.

Логическая аргументация: силлогизм и энтимема. Логические законы: закон тождества, закон противоречия, закон исключенного третьего, закон достаточного основания. Логические ошибки. Закон формальной логики как возможность избежать нарушений основных ошибок.

Элокуция. Средства словесного выражения замысла. Качества стиля и слог. Тропы и фигуры.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины История религии**

**Цели освоения дисциплины:** курс ставит своей целью донести до студентов понимание главной проблемы историко-религиозных исследований – изучения поисков человеком Бога; дать учащимся возможно полные знания о предмете курса;

- сформировать у студентов четкое понимание специфики архаических и древнейших религий; раскрыть особенности исторического развития отдельных религий, научить студентов различать разные религии, видеть их воздействие на культуру, влияние на историю народов и государств; ознакомить с основными концепциями истории религии и ее последними достижениями.

**Задачи курса** состоят в том, чтобы выявить процессы взаимовлияния религий на разных этапах их развития;

- раскрыть особенности вероучения как в богословском, так и в философском аспекте;
- изучить основные священные тексты, предание, житийную литературу;
- уяснить значение сакрального языка в той или иной религии;
- подвергнуть анализу этические нормы, представления о благочестии;
- помочь студентам овладеть понятийным и терминологическим аппаратом, свойственным отдельным религиям;
- ознакомить учащихся с современным состоянием рассматриваемых религий.

**Место дисциплины в структуре ООП** дисциплина по выбору гуманитарного, социального и экономического цикла ГСЭ

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**  
ОК-1-2, ОК-7, ПК-5, ПК-9.

**Содержание дисциплины:**

Архаические религиозные верования: археология и современность. Виды архаических верований: анимизм, аниматизм, магизм, фетишизм, тотемизм. Археологические данные, описывающие религиозный мир древних людей: культ плодородия, погребальный ритуал (отношение к жизни и смерти). Сопоставление данных исторической науки с результатами этнографических исследований (религии народов Южной Америки, Океании, Африки, Крайнего Севера).

Шаманизм. Шаманизм как наиболее распространенная форма архаической религии. Особенности отбора и инициации шаманов (норма и патология); мифология шаманизма; символика и практические цели ритуала; представления о жизни и смерти; космология.

Фетишизм и тотемизм в Древнем Египте. Обоожествление животных. Политеистический пантеон и священные города. Теогония и космогония. Магия и сакральная речь. Храмы, жречество и культ. Религия и власть в Древнем Египте. Представления о загробной жизни: культ и священные книги. Идея воздаяния за гробом. Новые религии Древнего Египта. Верования древнего Междуречья. Религии Шумера и Аккада: сотворение мира, память о потопе, представления об аде, основные божества пантеона. Вавилон и Ассирия: преемственность и развитие. Отдельные божества: Мардук и Иштар. Эпос о Гильгамеше.

Особенности культа и религиозного искусства. Культ, демонология, магия, представления о жизни после смерти. Комплекс культов Малой Азии и Ближнего Востока. Религиозные верования хеттов (Малая Азия) и народов, населявших Ближний Восток до прихода туда евреев (в первую очередь хананеев).

Вера Ветхого Завета: генезис монотеизма. Учение Ветхого Завета о едином Боге, о сотворении мира и человека, о грехопадении. Возникновение избранного народа. Культ: храм и жертвоприношения. Служения судей, царей и пророков. Бога как избавитель Израиля. Нравственные и ритуальные предписания. Избранный народ и язычники. Самаритяне.

Иудаизм. Религиозная жизнь еврейского народа на этапе составления раввинистических комментариев к Священному Писанию. Мидраш. Мишна и деятельность амораев. Таннаи и формирование палестинского и вавилонского Талмудов. Писание и предание в иудаизме. Развитие иудейского богословия: Маймонид и Раши. Предпосылки возникновения Каббалы и ее последующее развитие в средние века. Книга «Зохар». Антиталмудические течения: караимы, хасиды (история возникновения, особенности вероучения). Правила еврейского благочестия (Кицур Шулхан Арух). Суббота. Годовой круг религиозных праздников. Еврейский календарь.

Христианство. Основные события евангельской истории, а также их исторический и культурный контекст. Апостольский век. Гонения против христиан в Римской империи. Развитие христианского богословия: апологеты, отцы Церкви, Вселенские Соборы. Литургическая жизнь христианской церкви. Монашество. Разделение церквей. Восточные церкви. Влияние православия на историю и культуру России с древности и до наших дней. Развитие католицизма в Западной Европе. Реформация и течения в протестантизме. Сектантство.

Зороастризм – дуалистический вызов. Гипотезы о происхождении древнеперсидской религии. Миф о Заратустре. Дуалистическое богословие. Пантеон. Культ Митры и Ахурамазды. Представления зороастризма о происхождении мира и человека, о душе, загробной жизни и воскресении. Памятники религиозной литературы. Отношения с государственной властью.

Индия: ведийская религия на пути к абсолюту. Переселение ариев в Индию. Ригведа, Самаведа, Яджурведа, Атхарваведа – как основные религиозные тексты. Особенности социального устройства древнеиндийского общества. Каста брахманов в религии вед. Формирование брахманизма. Араньяки и упанишады как жанр религиозной литературы. Идеи кармы, сансары и мокши.

Буддизм: происхождение и региональная трансформация. Исторический контекст возникновения буддизма в Индии. Легенда о Будде (его имена, история жизни и обстоятельства, послужившие толчком к формированию его вероучения). Основные принципы учения Будды – восемь принципов достижения нирваны. Понятие нирваны.

Образование первых буддийских монашеских общин. Монастырь как основная форма буддийской религиозной организации. Монахи и миряне в первоначальном буддизме. Дхарма и сангха. Первые последователи Будды. Соединение буддизма с элементами индуизма. Буддийская космология. Распространение буддизма в государстве Маурьев и в Кушанском царстве. Складывание буддийской иконографии, ее символика. Разделение на два основных течения: тхеравада (хинаяна) и махаяна, главные отличия между ними. Сравнение архата и бодхисаттвы. Основные объекты поклонения, представления о вселенной и творении, о душе, личности и карме. Значение медитации в буддийской религиозной практике. Буддизм в Тибете: формирование древнего тибетского государства и автохтонная религия Тибета - бон. Космология, пантеон (семейства божеств), жертвоприношения и жречество. Постепенное распространение буддизма, культ Авалокитешвары. Основные школы тибетского буддизма и вацраяна как преобладающая. Синтез буддизма и бон. Возникновение теократического государства. Далай-ламы. Ламаизм (в том числе в России).

Ислам. Исторический контекст возникновения. Мохаммед как основатель религии ислама (жизнеописание и предание о нем). Формирование Корана – история канона. Особенности исламского монотеизма – вероучение Корана. Пять столпов ислама. Факторы иудейского и христианского влияния на ислам. Распространение ислама в период становления Арабского халифата. Разделение ислама: сунниты и шииты. Специфика некоторых мусульманских сект: харижиты, ваххабиты. Суфизм – мистическая традиция ислама. Культ и праздники. Мусульманский календарь. Религиозное законодательство – шариат. Ислам в России: прошлое и настоящее.

Религии Китая: конфуцианство, даосизм, религиозный синкретизм. Традиционные верования - культ мертвых, верховное божество Шаньди, поклонение небу и земле, магия и геомантия. Конфуций и его учение. Ритуал, культ предков, сыновняя почтительность, социальная доктрина. Религиозный даосизм. Лаоцзы и книга «Даодэцзин». Принцип «недеяния». Соотношение философского и религиозного даосизма. Учение о бессмертии. Астрология, геомантия, медицина и магия. Формирование пантеона. Синкретизм как особенность религиозной ситуации в Китае.

Синтоизм. Традиционная религия Японии, космология и пантеон. Проникновение буддизма в Японию, взаимоотношения с синтоизмом. Основные буддийские секты в Японии, развитие дзен-буддизма и его влияние на формирование японской культуры. Роль конфуцианства в религиозной жизни Японии и образовании единого государства. Конфуцианство и синтоизм: культ императора. Новые религиозные движения в Японии и их связь с традиционными верованиями.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Правоведение**

**Цели освоения дисциплины:** Изучение дисциплины «Правоведение» имеет целью приобретение студентами необходимых знаний в области государства и права, знаний соответствующих отраслей российского законодательства, с которыми будет связана последующая профессиональная деятельность специалиста.

Основными задачами учебного курса является уяснение понятий государства и права, изучение основ конституционного строя Российской Федерации, усвоение системы российского права, изучение гражданского и трудового права - отраслей, имеющих наибольшее значение в последующей практической работе выпускника университета.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**  
ОК-1-2, ОК-13.

**Содержание дисциплины:** Государство и право. Их роль в жизни общества. Норма права и нормативно-правовые акты. Основные правовые системы современности. Международное право как особая система права. Источники российского права. Закон и подзаконные акты. Система российского права. Отрасли права. Правонарушение и юридическая

ответственность. Значение законности и правопорядка в современном обществе. Правовое государство. Конституция Российской Федерации - основной закон государства. Особенности федеративного устройства России. Система органов государственной власти в Российской Федерации. Понятие гражданского правоотношения. Физические и юридические лица. Право собственности. Обязательства в гражданском праве и ответственность за их нарушение. Наследственное право. Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву. Трудовой договор (контракт). Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение. Административные правонарушения и административная ответственность. Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений. Экологическое право. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности. Правовые основы защиты государственной тайны. Законодательные и нормативно-правовые акты в области защиты информации и государственной тайны.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Психодиагностика личности и психология**

**Цели освоения дисциплины:** усвоение студентами научного понимания основ проектирования, адаптации и применения психодиагностических методик.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору входит из цикла ГСЭ.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**  
ОК-3, ОК-4, ОК-8, ОК-10, ОК-11, ОК-14.

**Содержание дисциплины:** Предыстория психодиагностики. История психодиагностики как науки. Психологическое тестирование. Ф. Гальтон и измерение индивидуальных различий. Умственные тесты Дж.Кеттелла. Вклад А. Бине в измерение интеллекта. Ч. Спирмен и структура интеллекта; Развитие психодиагностики в период с 1901 г. до конца 1920-х гг.; Психодиагностика в дореволюционной России и СССР; Понятие психодиагностики. Предмет и структура психодиагностики. Психодиагностика и смежные направления психодиагностики. Психодиагностический метод и диагностические подходы; Понятие теста. Виды тестов. Компьютеризированные и компьютерные тесты. Об «объективных» тестах личности. Адаптация зарубежных тестов; Психологический диагноз. О диагностике черт личности и «измеренной индивидуальности». Психодиагностический процесс: этап сбора информации, этап переработки данных, этап принятия решений. Этика психодиагностического исследования; Определение количества заданий (спецификация теста). Разработка заданий. Оформление теста. Пилотажное исследование. Анализ заданий. Определение надежности теста. Факторный анализ. Валидность теста. Стандартизация теста; Подходы к определению интеллекта. Тесты для измерения интеллекта, их виды. Структура интеллекта (модели интеллекта разных авторов). Распределение тестовых оценок интеллекта. Влияние различных факторов на интеллект (наследственность, биологическая среда, половые различия, питание, социокультурная среда, возраст, количество детей в семье). Интеллект: предпосылки и детерминанты. Интеллект и личность; Виды опросников, формы вопросов и представления результатов. Проблема достоверности личностных опросников. Факторы, детерминирующие ответы на вопросы. Фальсификация и установка на ответ. Понимание вопросов и изменчивость ответов. Психометрический парадокс. Обобщенный анализ факторов, детерминирующих ответ. Личностный опросник и теории личности; Предыстория проектной диагностики. Проекция: от феномена к принципу исследования. Теоретическое обоснование проектного подхода к диагностике личности. Бессознательное и проективные методики. Проективные методики или «объективные тесты». О разработке проективных методик.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Английский язык в рекламном бизнесе**

**Целью освоения курса** является совершенствование умений всех форм профессионально-ориентированной иноязычной речи, а также развитие коммуникативной и межкультурной компетенции будущих специалистов по рекламе.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла Б.1.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-2, ПК-5-6

**Содержание курса:** В рамках данного курса продолжается дальнейшее совершенствование коммуникативных и языковых навыков и умений во всех видах речевой деятельности с расширением тезауруса на основе учебно-методических комплектов для изучения профессионально-ориентированного английского языка, а также с помощью специальной литературы, связанной с рекламным бизнесом.

Making Contacts Across Cultures (getting connected, introductions, names and titles, using the telephone in business, contracts across cultures)

2. Business Correspondence (letters, faxes, memos). Summaries, Notes, Reports

3. Working together (do we understand each other, socializing with colleagues, gift giving, negotiating qualities, styles of persuasion, women and the workplace)

4. International Trade (ordering and supplying goods or services, answering and making enquiries, making offers)

5. Money matters ( methods of payment, cash flow, invoicing, dealing with non-payment problems)

6. Sales and Negotiation (selling and buying products, negotiating face-to-face and on the phone, negotiations across cultures)

7. Marketing (marketing a product, market research, promotion and advertising, global marketing, global and national brands)

8. Jobs and careers (applying for jobs and seeking promotion, participating in interviews)

9. Overview of advertising management ( the magnitude of advertising, adv. Functions, adv. Strategy, the adv. Management process, setting adv.

Objectives, budgeting for advertising)

10. Creative advertising strategy

11. Message appeals and end users in advertising

12. Analysis of advertising media

13. Media strategy

14. Direct advertising and database marketing

15. Assessing advertising effectiveness

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Разговорный китайский язык**

**Цели освоения дисциплины:** овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору входит в цикл ГСЭ.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-2, ОК-3, ОК-8, ОК-14, ПК-5, ПК-6, ПК-10.

**Содержание дисциплины:** Клише для выражения приглашения. Устойчивые выражения благодарности. Устойчивые выражения уговора, запрета. Выражения намерения. Аудирование диалога; Проведение круглого стола; Клише для ведения расспроса. Устойчивые выражения сожаления и извинения; Разбор видео-ситуаций; Устойчивые выражения предпочтений и неприязни. Устойчивые выражения сомнения; Разработка туристических маршрутов «Улан-Удэ- Китай»; Работа с Интернет рекламой.

*Аннотации дисциплин математического и естественнонаучного цикла учебного плана*

**БАЗОВАЯ ЧАСТЬ**

**Аннотация рабочей программы дисциплины**

**Математика и статистика**

**Цель освоения дисциплины:** целями освоения дисциплины «Математика и статистика» является ознакомление с фундаментальными методами исследования переменных величин посредством анализа бесконечно малых, основу которого составляет теория дифференциального и интегрального исчисления, количественное описание объекта исследования, основывающегося на понятии вероятности.

**Место дисциплины в структуре основной образовательной программы, в модульной структуре ООП:** курс входит в математический и естественнонаучный цикл профессиональных дисциплин, базовая часть. Базой для изучения этой дисциплины являются знания, полученные обучающимися в курсах «Математика» и «Информатика».

**Компетенции обучающегося , формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-2, ОК-10

**Содержание дисциплины:** Введение в математический анализ. Элементы теории множеств. Сложные и обратные функции, их графики. Числовые последовательности и их роль в вычислительных процессах. Предел числовой последовательности. Предел функции в точке. Непрерывность функции в точке. Дифференциальное исчисление функции одной переменной. Дифференциал функции. Производная функции, ее смысл в различных задачах. Правила нахождения производной. Производная сложной функции и обратной функции. Интегральное исчисление. Первообразная. Неопределенный интеграл и его свойства. Методы вычисления неопределенного интеграла. Определенный интеграл и его свойства. Формула Ньютона – Лейбница. Элементы теории вероятностей. Основные понятия и определения теории вероятностей. Основные теоремы теории вероятностей. Дискретные и непрерывные случайные величины. Законы распределения. Элементы математической статистики. Генеральная и выборочная совокупности. Повторная и бесповторная выборки. Репрезентативная выборка. Способы отбора. Статистическое распределение выборки. Эмпирическая функция распределения. Полигон и гистограмма. Статистические оценки параметров распределения.

**Аннотация рабочей программы дисциплины**

**Компьютерные технологии и информатика**

**Цели освоения дисциплины:** освоение системы базовых знаний, отражающих вклад информатики в формирование современной научной картины мира, роль информационных процессов в обществе, биологических и технических системах; овладение умениями применять, анализировать, преобразовывать информационные модели реальных объектов и процессов, используя при этом информационные и коммуникационные технологии (ИКТ); изучение студентами основных аспектов информационных технологий в рекламе, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации и применения соответствующих алгоритмов с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть математического и естественнонаучного цикла.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1, ОК-2, ОК-10, ОК-12, ОК-13.

**Содержание дисциплины:** Данные. Операции с данными. Кодирование данных

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **КЗОЖ и профилактика**

**Цели освоения дисциплины:** обеспечение студентам необходимой информации для овладения определенными знаниями и умениями в области здорового образа жизни с учетом последующего обучения и профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в структуре ООП:** Дисциплина вариативной части математического и естественнонаучного цикла.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-12, ОК-15

**Содержание дисциплины:**

Определение понятия "Здоровый образ жизни". Валеология. Определение понятий "Здоровье" и "Болезнь". Основные составляющие здорового образа жизни. Социальные основы здорового образа жизни. Психологическое здоровье. Связь психического и физического здоровья. Стресс и психологическое здоровье. Влияние рекламы на психологическое здоровье. Влияние элементов современной культуры (музыки, литературы и т.д.) на психологическое здоровье. Особенности психологического здоровья детей и подростков. Профилактическая медицина. Определение понятия «профилактическая медицина». Затраты системы здравоохранения на профилактику и лечение наиболее распространенных заболеваний. Принципы профилактики. Виды профилактики. Прививки как один из методов профилактики ряда социально-значимых заболеваний. Прививки: за и против. Санитарно-эпидемиологические мероприятия и профилактика. Экология и здоровый образ жизни. Определение понятия «экология». Природные и техногенные факторы, влияющие на экологию. Крупнейшие природные и техногенные катастрофы и их последствия. Состояние воздуха и здоровье человека. Воздух крупных городов. Нормативы, их достоинства и недостатки. Состояние воды и здоровье человека. Техногенное загрязнение водоемов. Нормативы, их достоинства и недостатки. Основы рационального использования водных ресурсов. Состояние почвы и здоровье человека. Техногенное загрязнение почв. Нормативы, их достоинства и недостатки. Истощение почв и пути преодоления их истощения. Интенсивный и экстенсивный пути развития сельского хозяйства. Питание и здоровый образ жизни. Питание как одна из составляющих здорового образа жизни. Необходимость поступления белков, жиров и углеводов для здорового образа жизни. Витамины и микроэлементы, их значение для здорового образа жизни. Территории, эндемичные по дефициту микроэлементов. Социальное значение неполноценного питания. Профилактическое применение витаминов и микроэлементов: за и против. Биологически активные добавки к пище, их место в профилактике и терапии. Физическая культура и здоровый образ жизни. Занятия физической культурой как одна из основ здорового образа жизни. Утренняя зарядка как один из видов физической культуры. Сколько нужно физических упражнений в день? Принципы индивидуального подбора физической активности. Гиподинамия как один из факторов риска развития различных заболеваний. Профессиональный спорт и здоровый образ жизни. Профессиональные заболевания спортсменов. Вредные привычки и здоровый образ жизни. Курение: доказанные факторы риска. Социальное значение курения. Реклама табака: за и против. Затраты системы здравоохранения на курильщиков. Алкоголь: доказанные факторы риска. Профилактическая эффективность алкоголя: мифы и правда. Социальное значение алкоголизма. Реклама алкоголя. Пиво как источник алкоголя. Дополнительные проблемы, связанные с употреблением алкоголя. Затраты системы здравоохранения на алкоголиков. Наркотики: определение понятия, основные виды. Различия законодательства разных стран по



отношению к наркотикам. Заболевания, ассоциированные с употреблением наркотиков. Психологическое отношение подростков к наркотикам. Программы по предупреждению распространения наркомании. Затраты системы здравоохранения на наркоманов. Гигиена и здоровый образ жизни. Гигиена как одна из составляющих здорового образа жизни. Виды гигиены. Особенности отношения подростков к личной гигиене. Роль системы воспитания в недостаточном знании необходимости личной гигиены. Просветительская работа как метод приучения к личной гигиене.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Концепции современного естествознания**

**Цели освоения дисциплины:** Данная дисциплина представляет собой не просто совокупность избранных глав традиционных курсов астрономии, физики, химии, биологии, психологии, экологии и др. естественных дисциплин, а является продуктом междисциплинарного синтеза на основе комплексного историко-философского и эволюционно-синергетического подхода к современному естествознанию. Необходимость изучения этой дисциплины вызвана тем, что сейчас рациональный естественнонаучный метод проникает и в гуманитарную сферу, участвуя в формировании сознания общества, и вместе с тем приобретает все более универсальный язык, адекватный философии, психологии, социальным наукам и даже искусству.

**Цель курса:** помочь студентам овладеть современной естественно-научной картиной мира, синтезировать в единое целое гуманитарную и естественно-научную культуры, усвоить основные принципы и методы исследования, применяемые в современном естествознании.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина вариативной части математического и естественнонаучного цикла.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-5, ОК-15, ПК-10.

**Содержание дисциплины:** естественно-научная и гуманитарная культуры; научный метод; история естествознания; панорама современного естествознания; тенденции развития; корпускулярная и континуальная концепция описания природы; порядок и беспорядок в природе; хаос; структурные уровни организации материи; микро, макро и мегамиры; пространство, время; принципы относительности; принципы симметрии; законы сохранения; взаимодействия; близкодействия; дальнодействия; состояние; принципы суперпозиции, неопределенности, дополненности; динамические и статические закономерности в природе; законы сохранения энергии в макроскопических процессах; принципы возрастания энтропии; химические системы, энергетика химических процессов, реакционная способность веществ; особенности биологического уровня организации материи; принципы эволюции, воспроизводства и развития живых систем; многообразие живых организмов - основа организации и устойчивости биосферы; генетика и эволюция; человек: физиология, здоровье, эмоции, творчество, работоспособность; биоэтика; человек, биосфера и космические циклы; ноосфера; необратимость времени; самоорганизация в живой и неживой природе; принципы универсального эволюционизма; путь к единой культуре.

### **Аннотации дисциплин общепрофессионального цикла учебного плана**

#### **БАЗОВАЯ ЧАСТЬ**

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины Основы связей с общественностью**

**Цели освоения дисциплины:** Формирование у студентов представлений о природе, источниках формирования, основных функциях, моделях, технологиях, организации управления и критериях оценки эффективности связей с общественностью (PR)

**Место дисциплины в структуре ООП:** Дисциплина «Основы связей с общественностью» относится к профессиональному циклу Б.3 (базовая часть). Преподавание данного курса предусмотрено в первом и втором семестре, форма итогового контроля зачет и

экзамен соответственно. Изучение основ по связям с общественностью, с одной стороны, опирается на общие гуманитарные знания, с другой стороны, осуществляется параллельно с такими курсами как «Основы теории коммуникации», «Социология массовой коммуникации», «Креативные стратегии и реклама», способствующих формированию у студентов серьезной профессиональной ориентированности. Кроме того это дает им представление о социально-коммуникативном обеспечении реализации любых видов деятельности, роли социальной среды для их успешного развития. Поэтому знакомство с содержанием этого курса оказывается существенным и необходимым звеном в практическом освоении ряда специальных дисциплин.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-3, ОК-6, ОК-8, ОК-11, ПК-1-3, ПК-14, ПК-26-27.

Содержание дисциплины: Роль связей с общественностью в современном мире, многообразие понятий пиар, цель и функции пиар, основные направления услуг в сфере связей с общественностью, соотношение понятий «связи с общественностью», «реклама», «маркетинг», «паблисити», базисный субъект как источник пиар-коммуникации, понятие объекта в связях с общественностью, коммуникационный менеджмент, его сущность, основные понятия, коммуникативный климат организации, корпоративный имидж, речевое воздействие в PR-коммуникации, невербальные коммуникации в PR, специальное событие как комплекс методов PR.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Социология массовых коммуникаций**

**Цель изучения дисциплины:** целью усвоения учебной дисциплины «Социология массовой коммуникации» является формирование представлений о массовой коммуникации в свете различных парадигм социологии и практических навыков анализа медийной продукции в контексте социологии управления и эмпирических исследований масс-медиа.

**Место дисциплины в структуре основной образовательной программы, в модульной структуре ООП:** Дисциплина «Социология массовой коммуникации» включена в базовую часть профессионального цикла ООП (Модуль 1. Коммуникология).

Дисциплина «Социология массовой коммуникации» базируется на знаниях, полученных в средней школе при изучении обществознания, а также после усвоения вузовских курсов «Социология» и «Основы теории коммуникации».

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-4, ПК-30-32, ПК-36

**Содержание дисциплины:** Этапы развития средств коммуникации. СМИ в системе базовых институтов общества: взаимообусловленность СМИ и политики, СМИ и экономики. Роль СМИ в развитии общества: концепции Д.Бэлла, Маклюэна, М.Кастельса. Становление массовых коммуникаций и становление информационного общества. Типология функций СМИ Лассвелла, Райтов (1960 г.) Д. Маккуэл, Дж. Бламлер и Дж. Браун (1972). Концепция Ю. Левады разноуровневого взаимодействия СМИ с социальной структурой. Функции СМИ по отношению к личности (социализация, «самоутверждение», подчиненность социальным ролям, которые актуализируются системой массовых коммуникаций); по отношению к группе (сплочение и интеграция в большое общество); по отношению к социальным институтам (мобилизация, оценка социальных отношений и пр.). Классификация социальных функций СМИ Б.Грушиным: функция информирования, воспитания, организации поведения, снятия напряжения (рекреация, развлечения), функция коммуникации. Мотивация аудитории обращения к СМИ. Механизмы институционализации массовых коммуникаций в индустриальных обществах. Аудитория массовой коммуникации. Понятие аудитории. Информационные потребности аудитории. Механизмы воздействия СМИ на аудиторию. Средства массовой информации и общественное мнение. Г.М.Маклюэн как теоретик медиакультуры. Формы проявления демократизация российской политической системы в сфере функционирования СМИ. Правовая база создания свободных СМИ. Закон «О средствах массовой информации» (1990 г.). Тенденции медиатизации политического

пространства и политизации СМИ в России 90-х годов XX в. Динамика потребления населением социально-политической информации. Формирование современной российской медиаполитической системы. Докоммуникативная стадия воздействия и потребления информации. Роль стереотипа в восприятии информации. Функция социальных стереотипов: функция адаптации, функция защиты, функция передачи элементов субкультуры этноса в историческом плане. Коммуникативная фаза потребления информации. Специфика группового потребления информации. Исследования роли «лидеров мнений» Р.Мертон в восприятии информации. Эффект первичности сообщения. Принципы моделирования мира, используемые СМК для повышения эффекта коммуникации: апелляция к обыденному опыту, оппозиция «уникальность – традиционность», принцип дискуссионности, обращение к конкретным авторитетам, воссоздание механизма обратной связи. Три этапа действия СМК: подкрепление позиций, малая конверсия позиции аудитории; сущностная конверсия позиции аудитории. Факторы эффективности воздействия информации. Этапы воздействия МК на примере рекламы – формула АИДА (*attention, interest, desire, action* - «внимание – интерес – желание, действие»). Формула АКАРА (*ACARA*), аббревиатура следующих понятий: *attention, comprehension, acceptance, retention, action* — внимание, понимание, одобрение, освоение (сохранение, удержание в памяти), действие. Условия воздействия МК, выделенные Ю.Левадой. Основные составляющие коммуникационного процесса (источник- сообщение – канал - аудитория (получатель)- эффект) – детерминанты, определяющие предметность исследования массовых коммуникаций. Группировка социологических и психологических методов сбора и анализа информации при исследовании массовых коммуникаций по предмету исследования. Методы исследования коммуникатора как источника сообщения: контент-анализ – для выявления скрытых мотивов коммуникаторов, социальных характеристик массового потребителя определенной информации и т.д.; дискурс-анализ: анализ языковых форм и оценочной информации, личностных и социальных характеристик коммуникантов в определенной коммуникативной сфере и социальной ситуации. Социологический анализ содержания как процедура измерения. Основные условия измерения текста. Работа Г. Лассвелла «Техника пропаганды в Первую мировую войну» – как образец контент-анализа прессы. Принципы анализа текстов СМИ Г. Лассвелла. Частотность характеристик в тексте — показатель тенденций коммуникативного процесса. *Квантификация текста* на лингвистические единицы речи, которые служат в тексте индикатором определенных явлений действительности, идей, моделей поведения; группировка этих единиц в категории которые интересуют исследователя. Этапы развития отечественной социологии СМК. Исследования теле- и аудио- аудитории учеными Тартуского и Ленинградского университетов. Работы В. Ядова, Ю. Левады, Б.Грушина. Современные российские центры «медиаметричных» исследований: ВЦИОМ, Фонд «Общественное мнение», РОМИР, Гэллуп-медиа, «Mediametrie», Russian Research, V-Ratio, Comcon-2. Методы исследования аудитории: опрос (анкетирование, интервьюирование), метод экспертных оценок; наблюдение разнообразных форм социокommunikации; тестирование коммуникативных свойств респондентов, проективные методики: выявление стилей потребления информации. Методы обработки социологической информации: группировка, классификация. Перекрестная группировка. Прием кластерного анализа, метод корреляционного графа, факторный анализ.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Психология массовых коммуникаций**

**Цели освоения дисциплины:** дисциплины является вооружить студентов знаниями о социально-психологических эффектах массовой коммуникации и роли средств массовой информации в процессе психологического воздействия на аудиторию, о факторах восприятия реципиентом поступающей к ним по каналам массовой коммуникации информации, а также методах психологии межличностного общения и массового воздействия.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина базовой части общепрофессионального цикла.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-2, ОК-3, ОК-4, ПК-3, ПК-5, ПК-7.

**Содержание курса:** Понятие массовой коммуникации. Условия возникновения и функционирования массовой коммуникации. Социальная направленность массовой коммуникации. Социально-психологические функции массовой коммуникации. Роль массовой коммуникации в современной культуре. Сущность «Массы» и теории массового общества. Массовое сознание как объект психологического воздействия. Массовое и индивидуальное сознание. Модели коммуникативных процессов. Структура личности как базис восприятия информации. Мотивационная структура личности. Интерес как главный фактор активной коммуникации. Потребности, интересы, нормы и ценности, стремления личности как факторы массовой коммуникации. Понятие «Массовой аудитории», ее специфика. Типология аудитории. Сегментация аудитории. Мотивы обращения аудитории к СМИ. Коммуникационные потребности аудитории. Массовая аудитория и лидеры мнений. Психические процессы. Понятие внимания. Виды внимания. Понятие восприятия. Восприятие как процесс. Апперцепция. Порог восприятия. Узнавание. Особенности восприятия как психологического явления. Роль воображения. Понятие понимания. Формы и виды понимания. Организация понимания сообщений в средствах массовой коммуникации. Понятие памяти. Виды памяти. Эйдетическая память. Память как процесс. Понятие подражания и заражения. Подражание как следствие заражения. Внушение как следствие заражения. Убеждение и внушение. Соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории. Массовые вкусы и стереотипы как групповые факторы в массовой коммуникации. Понятие слуха. Слух как массовый разговор и его место в ряду массовых явлений. Коммуникативные характеристики слуха. Типология видов и форм слухов, каналы их распространения. Психологические механизмы образования слуха. Понятие моды. Социально-психологические аспекты изучения моды и модного поведения. Теоретическая модель моды. Социальные и психологические функции моды.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Теория и практика массовой информации**

**Целью изучения** дисциплины является умение создавать журналистские тексты различных жанров.

**Место дисциплины в структуре основной образовательной программы, в модульной структуре ООП:** дисциплина «Теория и практика массовой информации» включена в базовую часть профессионального цикла ООП. Дисциплина «Теория и практика массовой информации» является основой для осуществления дальнейшей профессиональной деятельности.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**

ОК-11-12, ПК-2, ПК-6, ПК-4.

**Содержание дисциплины:** история массовой информации. Социальная роль массовой информации. Экономика массовой информации. Виды массовой информации. Жанры.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Основы теории коммуникации**

**Цели освоения дисциплины:** ознакомление с историей коммуникации и развития различных теорий коммуникации, формирование у студента понимания особенностей речевой и невербальной коммуникации, ее разновидностей (бытовая, производственная, политическая, сфера связей с общественностью), каналов и разновидностей коммуникации (устная, печатная, аудиовизуальная, виртуальная и т.п.), аудиторий и принципов коммуникации.

**Место дисциплины в структуре ООП:** Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к базовой части профессионального цикла дисциплин и изучается в первом

семестре. При ее освоении используются знания следующих дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Психология».

Дисциплина «Основы теории коммуникации» является предшествующей для дисциплин «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций»; параллельно изучаемой для дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Интегрированные коммуникации (теория и практика рекламы и СО)»

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-2, ОК-6, ПК-3, ПК-9, ПК-12, ПК-14, ПК-18, ПК-20.

Содержание дисциплины: Информационная модель, универсальная модель, симметричная интерактивная модель. Функции коммуникации в обществе. Язык и речь. Специфика социальной коммуникации. Эволюция социальной коммуникации. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Динамика общества и развитие средств коммуникации. Невербальная коммуникация: сущность, структура, функции. Проксемика как составной элемент невербальной коммуникации. Кинесика – «словарь» языка тела. Различия в невербальном поведении представителей различных стран. Психологический аспект восприятия, теория понимания и интерпретации. Структура процесса восприятия. Слушание как профессиональный навык журналиста. Основные процессно-информационные модели коммуникации: подходы Г. Лассвелла, К. Шэннона-У. Вивера. Семиотика, структурная лингвистика. Классические теории происхождения языка. Концепция Ф.Энгельса о происхождении человека и роли языка и коммуникации в этом процессе. Теория речевых актов, символический интеракционизм. Герменевтика. Диадическая коммуникация, основные характеристики диалога. Правила взаимодействия в группах. Информационно-коммуникативное общество – общая характеристика. Коммуникация и общество: основные теоретические подходы. Понятие и характеристики информационного общества. Массовая коммуникация и журналистика.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины Теория и практика рекламы**

**Целями освоения дисциплины** являются ознакомление студентов с сущностью рекламы как инструментом маркетинговой политики компаний и вооружение их представлениями об одном из наиболее влиятельных сил экономики.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла общепрофессиональных дисциплин.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-3, ОК-6, ОК-8, ПК-1-3, ПК-6, ПК-9, ПК-12, ПК-14, ПК-19, ПК-22-23, ПК-25-27.

**Содержание дисциплины:** определение рекламы, ее место и роль в комплексе маркетинга, значение в системе маркетинговых коммуникаций. Сущность и специфика планирования и проведения рекламных кампаний, приводится их типология, периодизация, обосновывается выбор целей рекламных кампаний, значение и специфика сегментирования рынка, необходимость проведения конкурентного, конъюнктурного анализа. Основные понятия и категории медиапланирования. Понятие потребителя как основного объекта маркетинговой деятельности производителя, в связи с этим потребителю уделяется особое внимание. Анализ географических, социо-демографических и психографических характеристик потребителя, анализ полученных данных. Анализ правовой базы российской рекламы: законодательное определение, общие требования, предъявляемые к рекламе, понятие ненадлежащей рекламы, понятие товаров и услуг, подлежащих специальному правовому регулированию. Роль рекламы и тенденции ее развития в современном мире.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины Основы менеджмента**

**Целями освоения** дисциплины является изучение закономерностей управления в социально-экономических системах, формирование у будущих специалистов прочных теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента с учетом специфики управляемого объекта.

**Место дисциплины в структуре ООП:** входит в базовую часть Б3.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-16-22, ПК-26.

**Содержание дисциплины:** формирование и развитие науки о менеджменте. Модели менеджмента. Организационные структуры менеджмента. Коммуникационные процессы. Управленческие решения. Кадровая политика. Мотивация персонала. Экономическая эффективность менеджмента.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью**

**Целями освоения** дисциплины являются: во-первых, ознакомление студентов с современными принципами организации работы отдела рекламы и PR в бизнес-структуре, в некоммерческой общественной организации, госструктуре. Во-вторых, курс призван помочь студентам изучить на конкретных примерах из современной жизни, оценить и понять, как работает отдел рекламы и PR в структуре организации, как готовится годовой план работы, планируется бюджет подразделения. В-третьих, изучить эффективные технологии управления персоналом отдела рекламы и PR. И, в-четвертых, курс призван помочь студентам развить в себе уникальную систему компетенций и приобрести практические навыки работы по отдельным направлениям деятельности отдела рекламы и PR.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть цикла Б.3

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-9, ПК-12, ПК-13, ПК-16.

**Содержание дисциплины:** принципы стратегического и тактического планирования деятельности отдела по рекламе и PR; принципы формирования команды PR-департамента и рекламного отдела; принципы работы со СМИ; принципы формирования бюджета департамента и планирования работы; принципы оценки эффективности работы отдела рекламы и PR. Сущность комплексного и ситуационного а конкурентной среды организации; приемы соединения разнодисциплинарных инструментов в приложении к решению поставленной преподавателем задачи, превращения информации в знания; применять и делиться полученным знанием; принимать решения в состоянии стресса и ограниченного контроля времени; выбирать конкретные применения знаний и умений к анализу ситуации; выступать публично на профессиональные темы. Понятие и сущность экспертной оценки и стратегического планирования; прикладные методы и методики анализа, включая изучение и конструирование кейсов, мозговой штурм, ситуационный анализ и др;

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Основы маркетинга**

**Цели изучения дисциплины:** формирование системы знаний о маркетинге как современной концепции бизнеса, направленной на создание компанией конкурентных преимуществ.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть цикла Б.3

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-2, ПК-4, ПК-7, ПК-16.

**Содержание дисциплины:** маркетинг как концепция управления в рыночной экономике, маркетинговая среда предприятия, маркетинговая информационная среда, сегментирование рынка, исследование рыночной конъюнктуры, сбытовая политика предприятия.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Безопасность жизнедеятельности**

**Цели освоения дисциплины:** научить студентов предвидеть возникновение производственных вредностей, также умело применять соответствующие инженерно-технические решения по их предупреждению и ликвидации, выполнению нормативных требований, предупреждению несчастных случаев и профессиональных заболеваний.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть цикла общепрофессиональных дисциплин.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-3, ОК-4.

**Содержание дисциплины:** человек и среда обитания. Основы физиологии труда. Негативные факторы техносферы. Опасности технических систем. Средства снижения травоопасности и вредного воздействия технических систем. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Системы контроля требований безопасности и экологичности. Экономические последствия и материальные затраты на обеспечение безопасности жизнедеятельности. Международное сотрудничество в области безопасности жизнедеятельности.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Репутационный менеджмент**

**Цели освоения дисциплины:** сформировать у обучающегося систему знаний о теоретических основах организационного развития.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть цикла Б.3

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-1\_3, ПК-9, ПК-12, ПК-15-16, ПК-18.

**Содержание дисциплины:** теория организационного развития в системе наук, организация как социальная структура, структура организации, организационное развитие как инновационный процесс, системное управление организационным развитием.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Современная имиджелогия**

**Цель изучения дисциплины:** сформировать представление у студентов об основных теоретических подходах к проблеме имиджа, принципах формирования, функциях, методах преподавания данной дисциплины, о роли имиджа в современном бизнесе, политике, в повседневной жизни.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в базовую часть цикла Б.3.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-3, ПК-18, ПК-20, ПК-44-49.

**Содержание дисциплины:** сущность и специфика учебного предмета. Введение в имиджелогия. Истоки имиджелогии. Имиджелогия - отрасль современного человековедения. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Имидж и маска. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. "Я- концепция". Самодвижущая сила. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа. Обаяние - "личностное сияние". Обаяние: большой секрет и маленькие хитрости. Слагаемые привлекательности. Специфика эффекта "личного обаяния". Человек - конструктор своего имиджа. Теоретические основания имиджа. Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента. Закономерности формирования и функционирования имиджа. Потребности как

психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект, субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение общественное сознание. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Значение и личностный смысл. Семиотические процессы формирования имиджа. Психологический механизм принятия информации (феномен когнитивного равновесия). Виды психологической защиты, блокирующие информационное воздействие. Профессиональный портрет специалиста по имиджу. Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджологии. Диагност. Креатор. Коммуникатор. Модератор. Медиатор. Фасилитатор. Аттрактор. Методы работы имиджмейкера с клиентом. Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере. Концептуальный подход. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью. Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере (Метод экспрессии. Метод интроспективного анализа. Рефлексивный тренинг. Метод по развитию творческого самочувствия. Ортобиотический тренинг. Активные групповые методы. Поведенческий тренинг и т.д.). Методы преподавания имиджологии как учебного предмета. Педагогический процесс. Закономерности, принципы и способы оптимизации учебного процесса. Выбор методов обучения. Классификация методов обучения и критерии их оптимального выбора. Сравнительный анализ эффективности различных методов обучения. Технология имиджирования: позиционное представление презентации. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации. Влияние подсознательной информации на возникновение.

## **ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ**

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»**

**Цели освоения дисциплины:** формирование представлений о различных видах информации и умении составлять тексты для различных видов коммуникации. Формирование компетенций владения особенностями коммуникативных процессов в различных сферах общества

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла Б.3

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-1-3, ПК-6-8, ПК-12-13.

**Содержание дисциплины:** основные понятия, сущность, цели и задачи копирайтинга, основные качества копирайтера, виды текстов в зависимости от видов коммуникации, виды текстов с учетом их жанрового разнообразия, виды текстов с учетом их целей создания.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Креативные стратегии и реклама**

**Цели освоения дисциплины:** преподавания дисциплины «Креативные стратегии в рекламе» является освоение современных теоретических подходов и практических компетенций рекламного творчества с учетом особенностей генезиса современной рекламы и паблик рилейшнз в соответствии с задачами подготовки выпускников к проектной и производственно-технологической деятельности в области рекламы и связей согласно ООП подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла Б.3.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-1, ПК-4, ПК-11, ПК-14-15, ПК-18-19.

**Содержание дисциплины:** Творчество в маркетинге и рекламе, Креатив и стратегии в рекламе, Понятие «стереотипа» и «инерции мышления» в области рекламы, Закономерность



S-образного развития рекламных систем и уровни новизны в рекламной деятельности, Классификация и характеристика креативных методов, Методы активизации творческого мышления, Бриф – исходные данные для креатива, Фанки-креатив.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Технология рекламы и связей с общественностью**

**Цели освоения дисциплины:** сформировать у обучающихся систему основ теоретико-методологических знаний об особенностях рекламы и PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла Б.3

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-1-3, ПК-7-8, ПК-12, ПК-14, ПК-19.

**Содержание дисциплины:** Общественные группы как источник информации. Типология групп. Понятия общественного мнения, установки. Механизмы формирования общественного мнения. Изучение общественного мнения. Типы исследований. Процесс коммуникации и его элементы. Содержание взаимоотношений. Социальное окружение. Влияние на общественность. Вопросы этики. Теория управления PR. Роль исследований в планировании стратегии, методы. Определение проблем: формулирование, анализ ситуации. Основные этапы стратегического планирования. Миссия. Целевое планирование. Программирование.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Медиапланирование**

**Целью освоения дисциплины** является практико-ориентированное обучение стратегическому планированию использования различных медиаканалов в качестве носителей рекламных посланий.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла общепрофессиональных дисциплин.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-3, ПК-8, ПК-12, ПК-14, ПК-27.

**Содержание курса:** В ходе изучения курса студенты узнают о том с помощью каких методов получают данные, на основе которых осуществляется медиапланирование рекламных кампаний. Каковы особенности этих методов, в чём их преимущества и недостатки, какие ограничения накладываются полученные данные на процесс медиапланирования. Студенты получают представление о том какое место занимает медиапланирование в структуре рекламной кампании, какой анализ необходимо провести прежде чем приступить к самой процедуре медиапланирования, что должно содержать задание на проведение и размещение рекламной кампании. Важной частью медиапланирования является разработка стратегической и тактической частей процесса. Студенты знакомятся с основными их этапами, а также со всеми понятиями и категориями используемыми медиапланерами (охват, частота, доля аудитории, рейтинг, цена за тысячу контактов, цена за пункт рейтинга и т.д). После изучения курса студенты получают все необходимые навыки и знания для осуществления процедуры медиапланирования, оценки показателей медиаэффектов и их связей с эффективностью рекламной кампании.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Выпуск аудиовизуальной программы**

**Цель освоения дисциплины** состоит в повышении эффективности использования веб-технологий в профессиональной деятельности рекламиста, в повышении интеллектуального уровня, информационной, коммуникационной культуры будущего специалиста в области рекламы.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору из общепрофессионального цикла.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-18, ОК-19, ПК-24, ПК-32, ПК-34, ПК-41.

**Содержание дисциплины:** Дизайн в Internet: задачи, подходы, решения. Основные понятия и терминология. Этапы разработки веб-сайта. Уменьшение затрат ресурсов и сроков создания веб-сайта. Основные формулировки в техническом задании на разработку сайта. Возможности современных программ, используемых для создания веб-страниц. Обзор программ MacromediaDreamWeaver, HomeSite и MicrosoftFrontPage. Основные возможности программы DreamWeaver. Задание цветового оформления. Выбор цветовой схемы. Язык разметки HTML, структура HTML-документа, теги и элементы HTML, заголовок и тело документа, атрибуты тегов. Использование каскадных таблиц стилей CSS. Элементы информационной архитектуры. Распределение информации по разделам сайта с учетом информационной, логической и визуальной взаимосвязи между разделами. Основные компоненты веб-страницы и способы их визуального представления на страницах сайта. Разработка простого макета страницы и линейной системы навигации. Использование шаблонов (templates) DreamWeaver: создание шаблонов, применение к готовым страницам, модификация шаблонов. Эргономика сайта (web-usability). Факторы, которые затрудняют и факторы, которые облегчают восприятие пользователем информации на сайте. Макетирование в WEB. Приемы макетирования. Создание фиксированных и адаптируемых страниц. Размещение информации на странице с учетом решаемых задач. Примеры удачных и неудачных решений. Система навигации на сайте. Принципы построения системы навигации. Создание навигационных палитр. Требования к иллюстрациям в Internet. Обзор форматов иллюстраций: JPEG, GIF, PNG, SWF, SVG. Подготовка графики в программах AdobePhotoShop, AdobeImageReady и MacromediaFireworks. Способы уменьшения объема файла. Использование коллекций изображений (Clipart) векторных графических редакторов на примере CorelDraw.4.4. Подготовка изображений, имеющих прозрачные области. Представление текстовой информации. Создание кнопок. Имитация различных состояний кнопки. Создание фоновых иллюстраций. Техника создания бесшовных узоров в программах AdobePhotoShop и AdobeImageReady. «Нарезка» изображений на фрагменты в программе AdobeImageReady. Оптимизация фрагментов изображений. Что такое GIF-анимация. Способы создания и параметры анимации. Способы уменьшения объема файла. Использование AdobeImageReady и UleadGifAnimator для создания gif-анимации. Преобразование в gif-анимацию файлов двумерной и трехмерной графики. Баннеры: параметры, размещение на веб-странице. Разработка сюжета баннера. Использование gif-анимации и роликов FLASH в баннерной рекламе. Воздействие баннерной рекламы на пользователя. Применение карт изображений ImageMap в веб-дизайне. Основные сведения о программе DreamWeaver. Назначение палитр Behaviors и TimeLine. Работа с веб-страницами. Работа с текстом, гиперссылками, графическими изображениями. Табличный дизайн. Использование шаблонов. Анимация элементов веб-страниц. Работа с формами. Сложные операции: создание раскрывающихся меню, анимация слоев, создание эффекта «rollover». Использование возможностей MacromediaFlash. Способы публикации созданного сайта. Критерии оценок созданного сайта. Способы снижения визуального шума и повышения четкости подачи материала. Этапы стандартного тестирования сайта. Методика тестирования сайта на аудитории. Выработка предложений по редизайну и обоснование необходимости редизайна. Обзор ресурсов, связанных с вопросами веб-дизайна и Web-usability.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Копирайтинг**

**Цели освоения дисциплины:** Процесс составления рекламных текстов предполагает знание технологий работы с информацией в любой предметной области, поэтому цель дисциплины

["http://hghtmltd.yandex.net/yandbtm?fmode=envelope&url=http%3A%2F%2Fisobr.uspu.ru%2Fdoki%2Farticl](http://hghtmltd.yandex.net/yandbtm?fmode=envelope&url=http%3A%2F%2Fisobr.uspu.ru%2Fdoki%2Farticl)

[e%2F79%2Fcopy-](#)

[writing.doc&lr=976&text=%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0%20%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D1%8B%20%22%D0%9A%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%22&l10n=ru&mime=rtf&sign=e1c00e00721bbf40e6190dcb63704324&keyno=0](#) - YANDEX 11

Копирайтинг <http://hghltd.yandex.net/yandbtm?fmode=envelope&url=http%3A%2F%2Fisobr.uspu.ru%2Fdoki%2Farticle%2F79%2Fcopy->

[writing.doc&lr=976&text=%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0%20%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D1%8B%20%22%D0%9A%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%22&l10n=ru&mime=rtf&sign=e1c00e00721bbf40e6190dcb63704324&keyno=0](#) - YANDEX 13"

заключается в формировании базовых теоретических знаний и конкретных практических навыков по написанию заказных рекламных и обзорных статей, текстов для пресс-релизов, интервью, буклетов, корпоративных новостей, коммерческих и PR- текстов, презентаций.

**Место в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла Б.3.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-2, ПК-2, ПК-5, ПК-6.

**Содержание дисциплины:** Предмет копирайтинга. Рекламный материал в печати, на радио и телевидении. Особенности рекламных текстов. Языковые особенности рекламного стиля и принципы создания рекламных текстов. Элементы психологического воздействия рекламных текстов. Работа с брифом. Принципы создания слоганов. Основные принципы нейминга.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Рекламное дизайн проектирование печатной продукции**

**Цели освоения дисциплины:** дать студентам представление об областях применения компьютерной графики как нового направления деятельности человека, о средствах и методах компьютерной графики в процессе создания печатной рекламы, а также об основных принципах и методах проектирования в дизайне и современными тенденциями его развития.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла Б.3.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-12, ПК-14, ПК-28

**Содержание курса:** История дизайна (4 часа). Предпосылки и версии возникновения дизайна. Этапы развития дизайна. Организация дизайна за рубежом. Виды дизайнерской деятельности и тенденции современного дизайна.

**Функции рекламы.** Виды рекламы. Печатная реклама. Выставки, презентации, телевизионная и радио реклама. Public Relations. Реклама в Интернет.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Дизайн и графические программы для рекламистов**

**Цели освоения дисциплины:** студенты осваивают специфику и основные методы дизайнерской проектно-художественной деятельности. Лабораторные работы, предусмотренные программой, разработаны с учётом требований культуры проектирования и способствуют развитию у студента навыка проектного мышления. Содержание дисциплины может быть интегрировано с дисциплинами «Дизайн и рекламные технологии», «Компьютерная графика», «Дизайн в сфере применения».

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть Б.3.

**Компетенции обучающего, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-12, ПК-14, ПК-28.

**Содержание курса:** теория и методологии дизайна, современные методы разработки рекламного дизайн-проекта, методология деятельности при разработке объектов дизайна, последовательность разработки дизайн-проекта, современные методы дизайн-проектирования, концептуальный дизайн-проект, его особенности и роль в общей системе дизайн-проектирования

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины История мировой литературы и искусства**

**Цели освоения учебной дисциплины:** Основными целями освоения курса «История мирового искусства и литературы» являются знакомство с мировой литературой в ее связи с другими видами искусства; формирование адекватного восприятия и систематизированных представлений о процессе генезиса и развития литературы и искусства, об особенностях ведущих эстетических систем, их роли в истории развития литературы и искусства; воспитание навыков самостоятельного анализа и понимания произведений литературы и искусства, не только в художественном, но и в историческом, общественно-политическом контексте; развитие эстетического чувства, умения работать с художественно-стилевыми системами различных периодов

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла Б.3

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-6, ОК-8, ОК-12, ПК-5, ПК-10.

#### **Содержание дисциплины**

Искусство как особая форма постижения мира. Концепции искусства в истории эстетики. Состав произведения искусства. Искусство античности. Литература и искусство эпохи Средневековья. Литература и искусство эпохи Возрождения. Европейская литература и искусство XVII – XVIII веков. Литература и искусство эпохи романтизма (I пол. XIX в.) Литература и искусство II пол. XIX в. Литература и искусство XX века. Современная литература и искусство.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины Маркетинговые исследования и ситуационный анализ**

**Целью освоения** учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является развитие у студентов представления о системе маркетинговых исследований как информационной базы адаптации предприятия (организации) к изменениям внешней и внутренней среды и формирование практических навыков проведения маркетинговых исследований.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла Б.3

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-27, ПК-29, ПК-31, ПК-33.

**Содержание дисциплины:** Содержание и цели маркетинговых исследований. Основы ситуационного анализа Информационное обеспечение и методы сбора данных в маркетинговых исследованиях Анализ данных и подготовка итогового отчета о маркетинговом исследовании. Основные направления маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины Стилистика и литературное редактирование**

**Цель освоения курса:** научить нормативному употреблению языковых средств, принадлежащих к разным функциональным стилям.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла Б.3

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-2, ОК-6, ОК-9, ОК-11, ПК-1, ПК-5, ПК-6.

**Содержание курса:** стилистика как раздел науки о языке. Функциональные стили русского языка. Стилистическая норма. Практическая стилистика русского языка. История редактирования как литературного мастерства. Текст как объект литературного редактирования. Психологические, логические основы редактирования текста. Виды текстов и особенности работы автора над ними.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Правовое регулирование рекламы**

**Цели освоения учебной дисциплины:** в результате изучения дисциплины студенты должны изучить правовые рамки деятельности субъектов российского и международного рынков рекламы и связей с общественностью;

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла Б.3.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1, ОК-5, ОК-11, ПК-2.

**Содержание дисциплины:** История и основные принципы государственного и общественного регулирования рекламной и PR-деятельности; движение консьюмеризма; роль PR и рекламы в развитии общества; конвенции, законы и нормативные акты, регулирующие рекламную и PR-деятельность за рубежом; международные и российские профессиональные ассоциации в сфере рекламы и связей с общественностью; права и обязанности членов ассоциаций; Конституция РФ и ГК РФ о правах и обязанностях граждан и должностных лиц; Законодательство РФ о средствах массовой информации; Законодательство РФ о рекламе; Международное сотрудничество в области охраны интеллектуальной собственности; авторское право как один из видов интеллектуальной собственности; защита авторского права и смежных прав; товарный знак как один из видов интеллектуальной собственности; порядок государственной регистрации товарных знаков; охрана зарегистрированных товарных знаков; права и обязанности субъектов рынка PR и рекламы; ценообразование на рынке PR и рекламы; способы взаиморасчетов агентства с контрагентами; юридические документы, составляемые на рынке PR и рекламы; договор, техническое задание, календарный план, соглашение о договорной цене, акт сдачи-приемки работ; этапы составления, согласования, подписания документов; контроль выполнения договорных обязательств; форс-мажорные обстоятельства; ответственность сторон.

#### **Аннотации рабочих программ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ**

##### **Аннотация дисциплины**

##### **Мастер-класс «Проектирование в рекламе и связях с общественностью»**

**Целью освоения дисциплины** является формирование знаний о теоретических основах проектирования в PR и рекламе; функциях проектной деятельности; технологиях управления проектной деятельностью; принципах управления проектной деятельностью в PR и рекламе.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору входит в вариативную часть цикла Б.3.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-23-25, ПК-30, ПК-32-33, ПК-35.

**Содержание дисциплины:** Проект, проектирование, проектная деятельность в рекламе и СО; функции и принципы проектной деятельности, субъект и объекты проектной рекламной и коммуникационной деятельности, логика управления проектной деятельностью в рекламе и СО, этапы управления, предпроектный этап, логика управления проектной деятельностью в рекламе и СО, этапы управления, предпроектный этап, этап реализации проекта. Рефлексивный и послепроектный этапы.

Виды проектов в рекламе и СО. Сетевые проекты. Международные проекты. Результаты проектной деятельности. Оценка результатов проектной деятельности в сфере рекламы и СО.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Связи с общественностью в кризисных ситуациях**

**Целями освоения дисциплины** является усвоение студентами сущности и содержания пиар-инструментов, используемых в процессе управления кризисами и конфликтами.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору, входит в цикл вариативную часть цикла Б.З.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-15, ПК-17, ПК-18, ПК-21, ПК-22, ПК-27.

**Содержание курса:** предмет и задачи курса; определение кризиса, его виды и формы. Кризис и конфликт. Стадии развития кризиса в компании. Характер развития кризиса и его последствия. Инструменты разрешения кризиса. Тактика управления кризисом и роль в этом пиар.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины История рекламы**

**Целями освоения дисциплины** является формирование знаний об историческом прошлом в развитии рекламы и приобретение практических навыков рекламной деятельности на основе представлений об основных закономерностях ее развития в конкретно-исторических условиях и путях взаимодействия с другими областями общественной жизни.

**Место дисциплины в системе ООП:** дисциплина по выбору входит в вариативную часть цикла Б.З.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-8, ОК-9, ПК-2, ПК-10.

**Содержание дисциплины:** Учебный курс «История рекламы» как базовая дисциплина, ее цели и задачи. Сущность основных понятий, отражающих историко-социальную эволюцию рекламы. Место проторекламы в системе экономических, политических, общественных и межличностных отношений в древности. Факторы, способствовавшие многообразию проторекламы. Первые потребители проторекламы. Вербальные и невербальные формы проторекламы. Реклама в период Раннего Средневековья, ее характер в условиях господства натуральных форм феодального хозяйства. Место и роль ярмарок в сохранении и развитии вербальных форм коммуникации и персональных продаж. Зарождение протогазет как отражение оживления в общественной и политической жизни в Западной Европе в эпоху Позднего Средневековья. Изобретение Иоганна Гуттенберга, ознаменовавшее революционный прорыв в области технологий и связанный с этим количественный и качественный рост рекламы. Бурное развитие рынка печатных изданий как отражение свободного предпринимательства и усложнения форм коммуникации. Возникновение новых форм и видов рекламы и иных рекламных технологий. Сущность паблисити, коммивояжа, выставок, прямой почтовой рекламы, фирменного стиля и их предназначение. Первые рекламные кампании и их аудитория. Зарождение товарных знаков. Зарождение государственного регулирования рекламной деятельности. Общественно-исторические условия в Дореволюционной России и становление рекламы. Характер первых рекламных сообщений, их форма и потребители. Своеобразие отечественной рекламы в начальный период становления. Изменения социально-экономического развития России в условиях капитализма и их влияние на качественный и количественный рост рекламы и иных рекламных технологий. Общественно-политическая ситуация в России в первое десятилетие Советской власти и положение рекламы. Политика либерализации экономики в условиях нэпа и оживление рекламного рынка. Место и роль рекламы в условиях Трансформация российского общества и всех сфер его жизнедеятельности. Условия формирования рекламы в период перехода к рыночной экономике. Реклама в

прессе на телевидении, радио: дифференциация рекламы в условиях растущей конкуренции и развития рынка рекламных услуг. Основные тенденции развития рекламного рынка в начале XXI в. Региональные особенности формирования рынка рекламных услуг и их состояние в Республике Бурятия. Оценка качественного и количественного роста рекламы и рекламных технологий в Бурятии. Особенности современной рекламы как одной из важных сфер общественной жизни и ее функциональные возможности. Типологическое многообразие рекламы и рекламных технологий как отражение растущей потребности общества в рекламе.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Немедийные коммуникации**

**Целью изучения дисциплины** является формирование системы знаний об основных элементах, особенностях, сферах применения немедийных коммуникаций (BTL и др.), Event-маркетинга, прямого маркетинга, партизанского маркетинга.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору входит в вариативную часть цикла Б.З.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-8-9, ПК-2, ПК-10.

**Содержание дисциплины:** Понятие, сущность и роль цен в рыночной экономике. Виды цен, их классификация и система цен. Методологические аспекты ценообразования. Методы ценообразования. Политика, стратегия и тактика маркетингового ценообразования на рынке рекламы. Особенности ценообразования на рекламные продукты.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Слоган и текст в рекламе**

**Цели освоения дисциплины** - формирование у студентов комплекса знаний о важнейшем компоненте рекламного продукта – рекламном тексте, представления о функциях копирайтера в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий и организаций.

**Место дисциплины в структуре ООП** – дисциплина по выбору входит в вариативную часть цикла Б.З.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-3, ОК-6, ОК-8, ОК-12-13, ПК-1, ПК-5-6, ПК-10.

**Содержание дисциплины:** Копирайтинг и его основные понятия. Функциональные и структурные особенности рекламного текста. Композиция рекламного сообщения. Слоган как элемент рекламного текста. Модели основного рекламного текста. Функциональные и структурные особенности рекламного текста. Модели основного рекламного текста (ОРТ). Особенности языка рекламных текстов.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Речевое воздействие в рекламе**

**Цели освоения дисциплины** - привить студентам знания, умения и навыки в сфере речевого рекламного воздействия для создания рекламного текста.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору входит в вариативную часть цикла Б.З.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-2, ОК-5-6, ПК-5, ПК-12.

**Содержание дисциплины:** Речевое воздействие как вид коммуникации. Методы речевого воздействия. Основные направления языкового манипулирования в рекламе.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

#### **Реклама в интернете**

**Целью освоения дисциплины** «Реклама в Интернете» является изучение студентами базовых представлений о Рекламных технологиях в сети и интернет-рекламе, позволяющих ориентироваться в рекламных стратегиях интернет-бизнеса и интернет-рекламы, в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации из сети с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности.



**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору из общепрофессионального цикла.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-12, ПК-6, ПК-12, ПК-14, ПК-15, ПК-27.

**Содержание дисциплины:** Курс дает начальное представление об интернет как маркетинговом инструменте, а также рекламных ресурсах и услугах в сети. Особое место уделено вопросам создания сайта в интернет, выступающего своего рода рекламной витриной представления деятельности конкретной компании или корпоративной структуры, а также связям с радикальными изменениями российской рыночной среды и ее специфических условий (брендинг, директ-маркетинг, медиапланирование, рекламный менеджмент, публик рилейшнз и др.). Курс включает наряду с общей информацией вводного плана об интернет, разделы, посвященные сетевому этикету, особенностям Web-индустрии, поиску информации в сети, а также рекламным ресурсам и услугам, который поможет студентам ориентироваться в виртуальном пространстве и повышать свои знания в сфере рекламы.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Реклама в отраслях и сферах деятельности**

**Цель освоения дисциплины:** получение теоретических и практических навыков в области современной рекламы с позиции зависимости языка рекламы от объекта рекламы и типа рекламополучателя: с учетом менталитета, рекламных жанров, вопросов этики и юридической ответственности.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору входит в вариативную часть цикла Б.3.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-12-14, ПК-23

**Содержание дисциплины:** Принципы и методы рекламной деятельности предприятий: реклама в системе маркетинговых коммуникаций; рекламный процесс, его составляющие, их взаимодействие; исследования в рекламе; позиционирование. Социально-экономическая и политическая сущность рекламы. Критерии выбора распространения рекламы с учетом эффективности рекламы коммуникативной, психологической и экономической. Организация рекламного бизнеса: взаимоотношения между рекламными агентствами (РА) и предприятиями; Проведение рекламного маркетинга, выбор рекламиста, заключение договоров. Уникальное торговое предложение. Планирование рекламной кампании. Современные рекламные стратегии. Реклама в отраслях и сферах. Художественно-изобразительные средства рекламы в сочетании с рекламными жанрами. Реклама и вопросы этики в рекламе.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

##### **Стратегическое планирование в маркетинге**

**Цель изучения дисциплины:** формирование представления о рекламном рынке и о маркетинге на рынке рекламы как о современной концепции бизнеса, направленной на обеспечение конкурентоспособности предприятия.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору входит в вариативную часть цикла Б.3.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-3, ПК-8, ПК-23

**Содержание.** Основные понятия рекламного маркетинга. Место и значение рекламы в системе маркетинговой деятельности рекламодателей. Сущность и содержание рекламного маркетинга. Рекламный рынок и его участники. Внешняя среда рекламного маркетинга. Маркетинговые исследования в рекламной деятельности. Планирование рекламной стратегии. Позиционирование рекламируемого товара и предприятия.

Рекламный продукт.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Реклама и связи с общественностью в политике**

**Целью освоения дисциплины** является изучение и рассмотрение вопросов, связанных с PR – технологиями. Рассматривается процесс формирования информационных потоков в обществе и управлении, возможные коммуникации в организациях. Раскрываются PR – технологии в политике и бизнесе. Рассматриваются возможности и проблемы взаимодействия PR – технологий и средств массовой информации, основные закономерности, механизмы и стратегии, существующие в коммуникативном пространстве организации и общества. Изучаются процессы формирования общественного мнения как структурного элемента PR.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина входит в вариативную часть цикла общепрофессиональных дисциплин.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-10, ПК-12, ПК-18.

#### **Содержание дисциплины:**

Введение в дисциплину «Политические технологии и политический PR». Коммуникативное пространство как сфера PR – деятельности. Технологии управления событиями. Формы подачи новостных материалов и организация PR – коммуникаций. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации. PR – технологии и средства массовой информации. Методы воздействия на потребителя информации. Эффективность PR и коммуникативных мероприятий: проблема измерения и оценки. Управление имиджем. Управление PR – деятельностью. Маркетинговый подход в PR. Стратегическое планирование PR-кампании. Политическая реклама в избирательных кампаниях. Манипулятивные технологии в политической и социальной сферах. Оценка политической рекламной кампании. Технологии политического лидерства. Технологии создания и деятельности политических партий. Информационная борьба. Профессиональная этика специалиста по связям с общественностью. Информационные технологии в современном российском обществе.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Средства выразительности в рекламном тексте**

**Целью освоения дисциплины** является формирование системы знаний о выразительных средствах, используемых в современной рекламе.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору входит в вариативную часть цикла Б.3.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-2, ОК-6, ПК-5-6, ПК-10, ПК-22, ПК-28.

**Содержание дисциплины:** понятие выразительных средств. Фонетические средства выразительности в рекламном тексте. Лексические средства выразительности в рекламном тексте. Грамматические средства выразительности в рекламном тексте. Стилистические характеристики рекламного текста. Тропы и фигуры в рекламном тексте.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Синтаксический практикум и создание текста**

**Цели освоения дисциплины:** научить студентов не только анализировать уже созданные рекламные тексты с позиции синтаксиса, но и изучить систему разработки рекламных фраз; подготовить студентов к рекламному творчеству и, в конечном результате, к успешной профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору входит в вариативную часть цикла Б.3.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-1-2, ОК-6, ОК-9, ПК-1, ПК-5-6, ПК-10.

**Содержание дисциплины:** Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста, основные синтаксические приемы создания рекламного текста, Основные этапы создания рекламного текста.

## **ФАКУЛЬТАТИВЫ**

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Современная пресс-служба**

**Цели освоения дисциплины:** дать студентам общую характеристику современным российским государственным пресс-службам.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина по выбору входит в вариативную часть цикла Б.З.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ПК-1-3, ПК-5, ПК-9, ПК-12-13, ПК-16.

**Содержание дисциплины:** Структура и принципы организации современной пресс-службы. Государственная пресс-служба как открытая система. Основные направления работы российских государственных пресс-служб. Технология организации работы современной пресс-службы. Пресс-служба администрации Президента России. Формы и методы работы пресс-службы. Права и этика российского специалиста по связям с общественностью. Роль и место Департамента информационной политики МИД РФ в системе общественных связей. Основные функции работы пресс-служб администраций российских регионов

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Физическая культура**

**Цели освоения дисциплины** являются 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.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина «Физическая культура» относится к базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла. Изучение данной дисциплины базируется на знании общеобразовательной программы по следующим предметам: история, концепция современного естествознания, безопасность жизнедеятельности

Освоение данной дисциплины является основой для последующего изучения дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла: «концепции современного естествознания», «безопасности жизнедеятельности».

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:** ОК-7, ОК-11.

**Содержание дисциплины:** Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Ее социально-биологические основы. Физическая культура и спорт как социальные феномены общества. Законодательство Российской Федерации о физической культуре и спорте. Физическая культура личности. Основы здорового образа жизни студента. Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Основы методики самостоятельных занятий и самоконтроль за состоянием своего организма.

#### **4.4 Программы учебной и производственной практик**

В соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью раздел основной образовательной программы бакалавриата «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа обучающихся.

#### **4.4.1 Программы учебных практик**

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» продолжительность практик составляет 14 недель. Учебным планом БГУ по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» определены следующие сроки проведения практик:

- учебно-ознакомительная - 4 недели – II семестр – 216 час., IV семестр 4 недели-216 час., производственная - 4 недели – VI семестр 4 недели-216 час., VII семестр 2 недели – 108 часов.

#### **УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА, КУРС 1.**

Учебно-ознакомительная практика проводится с целью формирования у студентов целостного представления о содержании, видах и формах профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, показать будущим специалистам реальные условия работы в массово-коммуникационной среде.

Учебно-ознакомительная практика осуществляется во 2 семестре в количестве 4 недель, объем 216 час. В указанные сроки студент должен ознакомиться с:

- организационной структурой предприятия и основными функциями каждого подразделения, основными должностными обязанностями ведущих специалистов по связям с общественностью;

- законодательным и документационным обеспечением деятельности предприятия;

- номенклатурой предлагаемых продуктов и услуг, основными особенностями продукции, отличающимися ее от подобной продукции других фирм;

- особенностями учета предприятием ресурсов региона;

- основной терминологией и аббревиатурой, принятой в отрасли деятельности предприятия;

- правилами ведения деловой переписки.

Учебно-ознакомительная практика проводится с отрывом от учебного процесса, с 22 июня по 19 июля 2013 г.

К окончанию практики студент должен уметь:

- обратиться за информацией к специалисту, в компетенцию которого входит конкретный вопрос, передать информацию специалисту, ответственному за данный вопрос;

- предоставить партнерам и клиентам общую информацию об имеющейся продукции, направить клиента к специалисту, отвечающему за конкретное направление,

- довести до клиента достоверную информацию об условиях взаимодействия и сотрудничества с предприятием;

- проанализировать эффективность рекламной и информационно-коммуникативной деятельности организации, влияние фирменного стиля на продвижение ее имиджа, формирование корпоративного и продуктового брендов, их узнаваемость на федеральном и региональном рынках;

- предъявить необходимые документы по просьбе клиентов, заполнить бланки-заявки, бланки-отзывы клиента и т.п.;

- использовать информацию по всей номенклатуре продукции и отдельным видам услуг, пользоваться специальными изданиями, каталогами, прайс-листами, расписаниями, регламентами и т.п.;

- написать слоган, составить краткое рекламное объявление для СМИ;

- определить целевую аудиторию;
- осуществить контент-анализ СМИ, осуществить кабинетные и полевые исследования;
- принять участие в проведении научных исследований, разработке и проведении проекта, принять участие в научной конференции, студенческой олимпиаде или конкурсе научных студенческих работ.

### **Формы отчетности**

Аттестация по итогам прохождения учебно-ознакомительной практики осуществляется не позднее, чем через неделю после окончания практики. В итоговой документации содержатся следующие документы:

- характеристика, подписанная руководителем практики от предприятия и заверенная печатью предприятия;
- отчет студента (формат А4, кегль 14, листы скрепляются);
- образцы рекламных продуктов;
- фотоотчет минигруппы на рабочем месте, с руководителем практики от предприятия

Документацию нужно поместить в папку, папку подписать. От минигруппы – одна папка.

<b>№ п/п</b>	<b>Разделы (этапы) практики</b>	<b>Трудоемкость (в часах)</b>	<b>Формы текущего контроля</b>
1	Инструктаж перед выходом на базу практики	2 ч.	собеседование
2	Выход на практику и ознакомление с предприятием	1 неделя	
3	Выполнение программы практики и заданий руководителя практики	2 недели	
4	Систематизация полученных практических знаний и навыков	1 неделя	
5	Мини-конференция по итогам практики		Зачет
	Всего	216 часа	

### **ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА**

Производственная практика предполагает практическую реализацию комплекса теоретических профессиональных знаний, умений и навыков в области рекламы, связей с общественностью, теории и практики массовой информации, коммуникативных технологий, менеджмента и маркетинга (ОК-1, ОК-4, ОК-8, ОК-11, ОК-13, ПК-1 – ПК-3, ПК-6 – ПК - 15). 5.2. Во время прохождения производственной практики студент должен использовать знания, полученные в ходе учебного процесса и закрепить навыки, сформированные во время учебной практики, показать качество и уровень владения общекультурными и профессиональными компетенциями. За период производственной практики студент должен показать свои умения по:

- установлению конструктивных деловых отношений с коллегами, партнерами, инвесторами, клиентами (ОК-3, ПК-9, ПК-21, ПК-22, ПК-26);
- планированию и проведению рекламных и информационных кампаний (ПК-27, ПК-28);
- оценке эффективности рекламной и ПР-деятельности предприятия или организации (ПК-29, ПК-30, ПК-31, ПК-32);
- владению навыками социального и политического маркетинга (ПК-29, ПК-31);

- предоставлению партнерам и клиентам общей информации об имеющейся продукции (ПК-28);
- доведению до клиента достоверной информации об условиях взаимодействия и сотрудничества с предприятием (ПК-19, ПК-29);
- анализу влияния рекламных и информационно-коммуникативных кампаний на продвижение имиджа предприятия, формирование корпоративного и товарного брендов, их узнаваемости на федеральном и региональном рынках (ПК-7, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-19);
- использованию информационных материалов по всей номенклатуре продукции и отдельным видам услуг - специальных изданий, каталогов, расписаний, прайс-листов, регламентов и т.п. (ПК-1, ПК-2, ПК-12, ПК-28);
- определению целевой аудитории (ПК-30, ПК-32);
- осуществлению контент-анализа (ПК-11);
- проведению кабинетных и полевых исследований (ПК-11, ПК-15);
- проведению коммуникационного аудита (выяснение диспропорций между предполагаемыми и реальными отношениями между организацией и ее целевыми аудиториями (ПК-4, ПК-10, ПК-22).

За время проведения производственной практики студент должен показать свои навыки работы с фото и видеоаппаратурой и компьютерной техникой, квалифицированному пользованию техническими, телерадиоэлектронными средствами массовой информации, умения их использования при разработке рекламного продукта (ОК-12, ОК-13, ПК-14). 5.5. К окончанию срока проведения производственной практики студент должен знать:

- приемы и методы использования рекламных и ПР-технологий в формировании имиджа организации (ОК-13, ПК-3, ПК-7, ПК-8);
- способы применения современных информационных технологий в распространении рекламы (ПК-8, ПК-13, ПК-14);
- роль и место ПР-мероприятий и рекламы в поддержании репутации, формировании и продвижении имиджа организации (ПК-19, ПК-26);
- правила протокола и этикета по работе с партнерами; инвесторами, коллегами и клиентами (ПК-5, ПК-9);
- эффективного использования устной и письменной деловой коммуникации на русском и иностранном языках (ПК-6, ОК-14);
- организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом по рекламе и связям с общественностью, центром общественных связей, отделом интегрированных маркетинговых коммуникаций (ПК-1, ПК-2);
- использования методики и техники проведения опросов общественного мнения (ПК-30, ПК-32);
- работы в кризисных ситуациях, специфики организации, форм и методов реализации событийного менеджмента («круглые столы», семинары, выставки, экспозиции, презентации, церемонии открытия) (ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-22);
- особенностей управления кризисными ситуациями (ПК-18);
- основ планирования, бюджетирования и реализации рекламных кампаний и ПР-проектов (ПК-12, ПК-24);
- основных методов фандрейзинга, как одного из источников дополнительного финансирования для реализации рекламных и ПР-проектов;
- самостоятельной работы в области рекламы и связей с общественностью;
- выполнения функций переводчика, переводчика-референта в области профессиональных коммуникаций;
- выполнения административных функций;
- самостоятельной работы с партнерами и клиентами;
- подготовки и написания статей, информационных материалов, очерков и т.п. в средства массовой информации (печатные, волновые и электронные) регионального и федерального уровня;

- использования в рекламной и информационно-коммуникативной деятельности инструментария Интернет, а именно: создание Веб-сайтов, работа с электронной почтой, организация отношений со СМИ посредством Интернета, организация продвижения продукции предприятия в Интернете, использование Интернета в кризисной ситуации;
- проведения информационно-аналитического обзора отечественной, а также зарубежной прессы на изучаемом иностранном языке и последующей подготовки аналитических материалов

**К окончанию срока практики студент должен уметь:**

- правильно составлять деловую корреспонденцию и рекламные сообщения;
- соблюдать стандарты делопроизводства (классификация документов, порядок оформления, регистрации, прохождения, хранения и т.п.);
- организовывать и проводить пресс-конференции, презентации, брифинги и т.п.;
- самостоятельно работать в области рекламных коммуникаций и организовывать рекламную деятельность на предприятии;
- проводить маркетинговые исследования для подготовки рекламного задания и оптимизации технологий рекламного дела;
- планировать, разрабатывать концептуальные основы, сценарии и бюджет рекламных и ПР-акций;
- практически реализовывать мероприятия и акции в сфере рекламы и связей с общественностью;
- формировать пресс-релиз для различных целевых аудиторий организации с учетом региональных и федеральных социально-экономических реалий;
- подготовить и написать статью, информационный материал, очерк и т.п. в средства массовой информации (печатные, волновые и электронные);
- работать в Интернете (поиск информации и работа с сайтами предприятий);
- принять заказ и зафиксировать дополнительные требования и пожелания клиента, оформлять необходимую документацию.

К окончанию производственной практики студент должен подготовить материалы, обобщающие опыт его практической деятельности, а также материалы и разработки для дальнейшего их использования при написании выпускной квалификационной работы.

## **I. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**

### **1.1. Обязанности студентов при прохождении практики:**

- прибытие на место прохождения практики в строго установленные сроки
- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики и индивидуальным заданием;
- подчиняться действующим на предприятии, в учреждении или организации правилам внутреннего распорядка;
- изучать и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии;
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками предприятия, учреждения или организации;
- вести дневник практики;
- предоставить руководителю практики письменный отчет о выполнении всех заданий и сдать зачет по практике.

**С момента зачисления студентов на практику на них распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации.**

**Продолжительность рабочего дня студентов при прохождении практики в организациях для студентов от 18 лет и старше устанавливается от 36 до 40 часов в неделю.**

### **Формы отчетности**



По окончании практики студенту необходимо сдать факультетскому руководителю практики отчетную документацию:

- характеристику, подписанную руководителем практики от предприятия, заверенную печатью предприятия;
- отчет студента (формат А4, кегль 14, листы скрепляются);
- дневник практики;
- образцы рекламных продуктов;
- фотографии минигруппы на рабочем месте, с руководителем практики от предприятия

Документацию нужно поместить в папку, папку подписать. От минигруппы – одна папка.

Папка с документацией передается руководителю практики.

#### **4.4.3. Программа научно-исследовательской работы.**

Научно-исследовательская работа (далее - НИР) является обязательной составляющей образовательной программы подготовки бакалавра и может проводиться на базе научно-исследовательских и образовательных учреждений, научно-исследовательских лабораторий и центров, кафедр университета.

1.2. НИР предполагает исследовательскую работу, направленную на развитие у студентов способности к самостоятельным теоретическим и практическим суждениям и выводам, умений объективной оценки научной информации, свободы научного поиска и стремления к применению научных знаний в образовательной деятельности.

1.3. НИР предполагает как общую программу для всех студентов, обучающихся по конкретной образовательной программе, так и индивидуальную программу, направленную на выполнение конкретного задания.

##### **2. Цели и задачи научно-исследовательской работы**

2.1. Основной целью НИР магистранта является обеспечение способности самостоятельного осуществления научно-исследовательской работы, связанной с решением сложных профессиональных задач в инновационных условиях.

##### **2.2. Задачами НИР является:**

- обеспечение становления профессионального научно-исследовательского мышления, формирование четкого представления об основных профессиональных задачах, способах их решения;

- формирование умений использовать современные технологии сбора информации, обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных, владение современными методами исследований;

- обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства;

- самостоятельное формулирование и решение задач, возникающих в ходе научно-исследовательской деятельности и требующих углубленных профессиональных знаний.

##### **3. Содержание научно-исследовательской работы**

##### **3.1. НИР предполагает осуществление следующих видов работ:**

изучение специальной литературы и другой научно-технической информации о достижениях отечественной и зарубежной науки и техники в соответствующей области знаний;

участие в проведении научных исследований или выполнении технических разработок;

осуществление сбора, обработки, анализа и систематизации научно-технической информации по теме (заданию);

составление отчетов (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию);

выступление с докладом на конференции;

подготовка статей и тезисов для научных сборников;

участие в подготовке аналитических материалов по политическому процессу в стране и мире.

#### 4. Руководство и контроль научно-исследовательской работы

4.1. Руководство общей программой НИР осуществляется заведующим кафедрой, руководство индивидуальной частью программы осуществляет научный руководитель выпускной квалификационной работы.

4.2. Сроки и продолжительность проведения НИР устанавливаются в соответствии с учебными планами и календарным графиком учебного процесса.

4.3. Планирование НИР студентов отражается в индивидуальном плане студента.

4.4. Результаты НИР отражаются в индивидуальном плане и в отчете о научно-исследовательской работе за каждый семестр.

#### **5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью**

Ресурсное обеспечение ООП вуза формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВПО по данному направлению подготовки, с учетом рекомендаций ПрООП.

Реализация ООП бакалавриата обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими в подавляющем большинстве базовое филологическое образование и ученую степень или опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере и систематически занимающимися научно-методической деятельностью.

Специальность «Реклама» открыта в 2008 году при кафедре «Журналистика» Филологического факультета. В настоящее время происходит процесс становления специальности, параллельно с которым ведется активная работа по подбору кадров преподавателей из числа штатных преподавателей БГУ, а также практиков – рекламистов. Первый выпуск специалистов-копирайтеров состоится в 2013 году. В данное время обучается пять курсов студентов по одной группе на каждом курсе.

Студенты-рекламисты активно сотрудничают с рекламными агентствами г. Улан-Удэ, участвуют в различных проектах и рекламных кампаниях. Этот фактор особенно важен еще и потому, что специальность «Реклама» имеет ярко выраженный прикладной характер и предполагает вовлеченность студентов-будущих рекламистов в производственный процесс.

#### **6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников**

В ФГБОУ ВПО «Бурятский государственный университет» созданы оптимальные условия для реализации воспитательных задач образовательного процесса. Целями внеучебной воспитательной работы является формирование целостной, гармонично развитой личности специалиста, воспитание патриотизма, нравственности, физической культуры, формирование культурных норм и установок у студентов, создание условий для реализации творческих способностей студентов, организация досуга студентов.

В университете реализуются программы воспитательной деятельности: по профилактике правонарушений, по профилактике наркотической, алкогольной зависимостей и табакокурения, по профилактике ВИЧ-инфекций, воспитательной деятельности на цикл обучения, адаптации первокурсников, психологической адаптации студентов младших курсов, по оздоровлению и формированию мотивации здорового образа жизни. Большое внимание в воспитательной работе уделяется организации досуга и отдыха студентов.

Стратегические документы, определяющие концепцию формирования среды вуза, обеспечивающей развитие социально-личностных компетенций обучающихся:

- рекомендации по организации внеучебной работы со студентами в образовательном учреждении высшего профессионального образования (Письмо министерства образования РФ (2002 г.);
  - государственная программа «Патриотическое воспитание граждан РФ на 2006-2020 гг.» (2005 г.);
  - Устав ФГБОУ ВПО «Бурятский государственный университет»;
- Документы, подтверждающие реализацию вузом выбранной стратегии:

- Положение о студенческом общежитии; Положение о порядке заселения в студенческие общежития;
- Правила внутреннего распорядка для проживающих в общежитиях;
- Положение о рейтинговой аттестации жильцов, проживающих в общежитиях;
- Положение о дисциплинарных взысканиях, применяемых к студентам;
- Положение о III трудовом семестре и привлечении студентов к общественно-полезному труду;
- Положение о студенческом самоуправлении.

В 2006 г. разработаны и утверждены Ученым советом БГУ концепция, программа воспитательной деятельности университета: выработана концепция становления и развития воспитательной работы и социокультурной деятельности БГУ; определены цели, задачи, принципы воспитательной деятельности БГУ; разработаны основные направления содержания и организации воспитательной работы и социокультурной деятельности БГУ; определены основные условия, механизмы реализации концепции воспитательной деятельности, ресурсное обеспечение реализации концепции; сформирована структура управления воспитательной деятельностью; проработаны Положения о Совете по воспитательной работе со студентами, работе в студенческих общежитиях, о студенческом совете общежитий, о кураторах академических групп.

Студенческое самоуправление в университете существует в форме Федерации студенческого самоуправления (ФССУ), которая образована в 2003 г. В университете работают студенческие творческие коллективы: бурятская хореографическая и вокальная, славянская хореографическая группы ансамбля «Байкальские волны»; студия бального танца и студия современного танца (открыты в 2009 г.), школа эстрадного вокального мастерства (открыта в 2010 г.).

В БГУ отрегулированы механизмы контроля за проведением воспитательной работы и социокультурной деятельности. Ученый совет университета не менее одного раза в год заслушивает на заседании отчет проректора по социальной политике и воспитательной работе. Ученый Совет филологического факультета БГУ не менее одного раза в учебном году заслушивает на заседании отчет заместителя декана по воспитательной работе, а также – отчет президента студенческого самоуправления филологического факультета о деятельности ССУ ФФ. Проводятся организационно-методические семинары для заместителей деканов по воспитательной работе.

Определены материальные возможности и финансовая поддержка для осуществления внеучебной воспитательной работы и социокультурной деятельности (Ежегодное празднование 23 октября Дня рекламы, участие в проектах рекламных агентств г. Улан-Удэ для молодежи, участие в городских и республиканских конкурсах социальной рекламы, работа в промогруппе по организации и проведению круглого стола-выставки по тематике национальных брендовых сувениров, участие в КВН, фестивалях «Первый снег», «Студенческая весна»). В университете есть актовые залы (посадочных мест), конференц-залы (посадочных мест), зал проведения заседаний Совета по внеучебной и социально-культурной деятельности, библиотеки с читальным залом, музей БГУ и др.

БГУ создает условия, необходимые для всестороннего развития студентов; способствует формированию общекультурных компетенций выпускников; способствует развитию студенческого самоуправления, работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

Опираясь на фундаментальные ценности, на концепцию и программу воспитательной деятельности коллектив филологического факультета (ФФ) формирует необходимую воспитательную среду. Процесс воспитания осуществляется непрерывно как во время учебных занятий, так и во внеучебное время. Участие студентов во внеучебной деятельности создает оптимальные условия для раскрытия их творческих способностей, разностороннего развития и самореализации личности, приобретения организаторских и управленческих навыков.

Воспитательная работа с бакалаврами рекламы и пиар носит активный и разносторонний характер, ориентирована на культурное, профессиональное и духовно-нравственное развитие студентов.

Формирование общекультурных компетенций:

- владение культурой мышления;
- владение нормами русского литературного языка, навыками практического использования системы функциональных стилей речи; умение создавать и редактировать тексты профессионального назначения на русском языке;
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- способность принимать организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность;
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;
- стремление к саморазвитию, повышению квалификации и мастерства;
- осознание социальной значимости своей профессии, высокая мотивация к профессиональной деятельности;
- социальное взаимодействие, самоорганизация и самоуправление.

Формирование профессиональных компетенций:

- способность демонстрировать знание основных положений и концепций в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста, представление об истории, современном состоянии и перспективах развития филологии;
- владение базовыми навыками сбора и анализа языковых и литературных фактов с использованием традиционных методов и современных информационных технологий;
- свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме;
- владение основными методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на основном изучаемом языке.

Целевой установкой работы является социализация личности студента, включающая расширение мировоззрения будущих специалистов, развитие творческого мышления, приобщение к богатству национальной и мировой истории и культуры, обеспечение образовательного и этического уровня, усиление воспитания у студентов гражданских, профессиональных качеств, создание гуманитарной среды обитания.

Для реализации указанной цели на факультете традиционно проводятся мероприятия по следующим направлениям: по морально-нравственному, этическому воспитанию студентов; по пропаганде здорового образа жизни; по обеспечению взаимосвязи учебной и научной работы; направленные на воспитание у студентов гражданских, профессиональных качеств; по созданию условий для проявления творческих способностей; по организации работы в общежитиях **ФФ**.

ССУ филологического факультета представляет собой сплочённую команду разносторонних энтузиастов, активных и деятельных студентов, решает вопросы, связанные с культурным развитием и духовным воспитанием студентов факультета, является связующим звеном между студентами и администрацией по организации учебной, научной деятельности, а также досуга студентов. В настоящее время комитеты ССУ работают по следующим направлениям: 1) учебно-организационное; 2) научное; 3) социально-бытовое; 4) культурное; 5) спортивное.

Работа студентов в различных сферах осуществляется как система усложняющихся задач, решение которых приводит к накоплению опыта, личностного и профессионального самоопределения, расширению их теоретического кругозора и научной эрудиции.

Одной из важных задач на факультете является поддержка и развитие студенческой прессы. На **ФФ** издается газета Сплэфф. Одним из достижений можно считать регулярную информацию о факультете в СМИ города и республики.

Совершенствуется институт кураторства. На факультете разработана Памятка куратору, в которой определены основные направления деятельности куратора группы. Куратор академической группы совместно с активом осуществляет внеучебную работу со студентами по всем направлениям воспитания.

На филологическом факультете осуществляется систематическая воспитательная работа, органически связанная с учебным процессом, ориентированная на формирование социально-значимых качеств, на создание благоприятных условий для всестороннего гармоничного духовного, интеллектуального, физического развития, самосовершенствования и творческой самореализации личности будущего высококвалифицированного специалиста.

Материально-техническая база университета состоит из 4 учебных корпусов и 1 учебно-технического центра с общей площадью более 300 тыс. м<sup>2</sup>, в том числе учебной – около 200 тыс. м<sup>2</sup>, агробиостанции в пос. Орешково с учебными лабораториями, теплицами и лыжной базой, Дома спорта, стадиона, столовой на 150 посадочных мест, медицинского пункта, спортивно-оздоровительного лагеря на озере Щучьем на 300 мест и пансионата на озере Байкал. Университет имеет 5 студенческих благоустроенных общежитий и обеспечивает нуждающихся на 74%. Научная библиотека располагает фондом свыше 830 тыс. экземпляров. Парк IBM включает 207 IBM-совместных персональных компьютеров.

## **7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП бакалавриата по направлению подготовки 032700 Филология (профиль «Отечественная филология (русский язык и литература)»)**

В соответствии с ФГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки 032700 Филология и Типовым положением о вузе оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ООП бакалавриата осуществляется в соответствии с Типовым положением о вузе (п. 46: «Система оценок при проведении промежуточной аттестации обучающихся, формы, порядок и периодичность ее проведения указываются в уставе высшего учебного заведения»), а также Положениями ГОУ ВПО БГУ: «Положение о системе рубежного контроля знаний студентов», «Положение о промежуточной аттестации студентов государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Бурятский государственный университет», «Положение об итоговой государственной аттестации выпускников государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Бурятский государственный университет».

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся утверждается в порядке, предусмотренном уставом высшего учебного заведения.

Студенты, обучающиеся в высших учебных заведениях по образовательным программам высшего профессионального образования, при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 10 экзаменов и 12 зачетов. В указанное число не входят экзамены и зачеты по физической культуре и факультативным дисциплинам.

Студенты, обучающиеся в сокращенные сроки, по ускоренным образовательным программам и в форме экстерната, при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 20 экзаменов.

Студентам, участвующим в программах двустороннего и многостороннего обмена, могут перезачитываться дисциплины, изученные ими в другом высшем учебном заведении, в том числе зарубежном, в порядке, определяемом высшим учебным заведением».

### **7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

На основе требований ФГОС ВПО и рекомендаций ПрООП по направлению подготовки 032700 Филология разработаны:

- матрица соответствия компетенций, составных частей ООП и оценочных средств (матрицы даны в Приложении 1);

- методические рекомендации преподавателям по разработке системы оценочных средств и технологий для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплинам (модулям) ООП (заданий для контрольных работ, вопросов для коллоквиумов, тематики докладов, эссе, рефератов и т.п.);

- методические рекомендации преподавателям по разработке системы оценочных средств и технологий для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) ООП (в форме зачетов, экзаменов, курсовых работ / проектов и т.п.) и практикам).

***Методические рекомендации преподавателям по разработке системы оценочных средств и технологий для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации (модулям) ООП:***

***Виды и формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации***

В рамках каждого из типов контроля могут быть задействованы разные **виды контроля**. К видам контроля можно отнести: устный опрос; письменные работы; контроль с помощью технических средств и информационных систем.

Каждый из данных видов выделяется по способу выявления формируемых компетенций: в процессе беседы преподавателя и студента; в процессе создания и проверки письменных материалов; путем использования компьютерных программ, приборов, установок и т.п.

Устный опрос позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. Он обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя, т.к. при непосредственном контакте создаются условия для его неформального общения студентом. Воспитательная функция устного опроса имеет ряд важных аспектов: нравственный (честная сдача экзамена), дисциплинирующий (систематизация материала при ответе), дидактический (лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция опроса состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. Устный вопрос обладает также мотивирующей функцией: правильно организованное собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную и научную деятельность студента.

Важнейшими достоинствами письменных работ являются: экономия времени преподавателя (затраты времени в два-три раза меньше, чем при устном контроле); возможность поставить всех студентов в одинаковые условия; возможность разработки равноценных по трудности вариантов вопросов; возможность объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя; возможность проверить обоснованность оценки; уменьшение субъективного подхода к оценке подготовки студента, обусловленного его индивидуальными особенностями.

Контроль результатов образования с использованием информационных технологий и систем обеспечивает: быстрое и оперативное получение объективной информации о

фактическом усвоении студентами контролируемого материала, в том числе непосредственно в процессе занятий; возможность детально и персонально представить эту информацию преподавателю для оценки учебных достижений и оперативной корректировки процесса обучения; формирования и накопления интегральных (рейтинговых) оценок достижений студентов по всем дисциплинам и модулям образовательной программы; привитие практических умений и навыков работы с информационными ресурсами и средствами; возможность самоконтроля и мотивации студентов в процессе самостоятельной работы.

В то же время контроль с применением технических средств уступает письменному и устному контролю в отслеживании индивидуальных способностей и креативного потенциала студента.

Технические средства контроля желательно сочетать с устной беседой с обучающимся.

Каждый из видов контроля осуществляется с помощью определенных **форм** (см. ниже), которые могут быть как одинаковыми для нескольких видов контроля (например, устный и письменный экзамен), так и специфическими. Соответственно, и в рамках некоторых форм контроля могут сочетаться несколько его видов (например, экзамен по дисциплине может включать как устные, так и письменные испытания).

К **формам контроля** относятся: собеседование; коллоквиум; тест; контрольная работа; зачет; экзамен (по дисциплине, модулю, итоговый государственный экзамен); лабораторная, расчетно-графическая и т.п. работа\*; эссе и иные творческие работы\*; реферат\*; отчет (по практикам, научно-исследовательской работе студентов и т.п.)\*; курсовая работа\*; выпускная квалификационная работа\*.

Подчеркнем, что в случаях, отмеченных знаком \*, речь идет о неразрывной связи форм контроля с соответствующими видами учебной деятельности и образовательными технологиями. Определенные компетенции приобретаются в процессе проведения лабораторной работы, написания реферата, прохождения практики и т.п., а контроль над их формированием осуществляется в ходе проверки преподавателем результатов данных работ и выставления соответствующей оценки (отметки).

#### **Формы устного контроля.**

*Устный опрос (УО)* как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций задействован при применении следующих форм контроля: собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2), зачет (УО-3), экзамен по дисциплине или модулю (УО-4).

*Собеседование (УО-1)* – специальная беседа преподавателя со студентом на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитанная на выяснение объема знаний студента по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

*Коллоквиум (УО-2)* (лат. colloquium – разговор, беседа) может служить формой не только проверки, но и повышения знаний студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

*Зачет (УО-3)* и *экзамен (УО-4)* представляют собой формы промежуточной аттестации студента, определяемые учебным планом подготовки по направлению ВПО.

Приказ министра высшего и среднего специального образования СССР от 11.06.1973 г. №513. «Об утверждении положения о курсовых экзаменах и зачетах в высших учебных заведениях СССР» определяет: «Курсовые экзамены по всей дисциплине или ее части преследуют цель оценить работу студента за курс (семестр), полученные теоретические знания, прочность их, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их к решению практических задач.

Зачеты, как правило, служат формой проверки успешного выполнения студентами лабораторных и расчетно-графических работ, курсовых проектов (работ), усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, а также формой проверки прохождения учебной и производственной практики и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой.

Экзамены проводятся по билетам в устной или письменной форме. При проведении экзаменов и зачетов могут быть использованы технические средства. Экзаменатору предоставляется право задавать студентам вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи и примеры по программе данного курса.

Зачеты по практическим и лабораторным работам принимаются по мере их выполнения. По отдельным дисциплинам зачеты могут проводиться в виде контрольных работ на практических

занятиях. Зачеты по семинарским занятиям проставляются на основе представленных рефератов (докладов) или выступлений студентов на семинарах. По общественным наукам зачеты проводятся путем опроса студентов. Преподавателю предоставляется право поставить зачет без опроса тем студентам, которые активно участвовали на семинарских занятиях». Оценка, выставляемая за зачет, может быть как качественной типа (по шкале наименований «зачтено» / «не зачтено»), так и количественной (т.н. дифференцированный зачет с выставлением отметки по шкале порядка – «отлично», «хорошо» и т.д.). По итогам экзамена, как правило, выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Форму проведения экзамена (устный экзамен, письменный экзамен, экзамен в виде теста) определяет кафедра и согласует с учебно-методической частью при составлении рабочего плана на текущий учебный год. Экзамен проводится по экзаменационным билетам. В экзаменационные билеты могут включаться теоретические вопросы, и/или практические задания.

#### ***Формы письменного контроля.***

Письменные работы (ПР) могут включать: тесты (ПР-1), контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6), отчеты по научно-исследовательской работе студентов (НИРС) (ПР-7).

*Тест (ПР-1)* является простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест состоит из небольшого количества элементарных задач; может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; занимает часть учебного занятия (10-30 минут); правильные решения разбираются на том же или следующем занятии. Частота тестирования определяется преподавателем. Тесты классифицируются:

1. по уровню контроля (вступительные, текущие, тематические, тесты промежуточной и итоговой аттестации);

2. по содержанию (гомогенные (основанные на содержании одной дисциплины), гетерогенные (основанные на содержании нескольких дисциплин), в свою очередь подразделяющиеся на полидисциплинарные тесты (набор гомогенных тестов по отдельным дисциплинам) и междисциплинарные тесты (каждое задание такого теста включает элементы содержания нескольких дисциплин);

3. по методологии интерпретации результатов (нормативно ориентированные (позволяют сравнивать учебные достижения отдельных испытуемых друг с другом), критериально ориентированные (позволяют измерить уровень индивидуальных учебных достижений относительно полного объема знаний, навыков и умений, которые должны быть усвоены обучаемыми по конкретной дисциплине);

4. по форме предъявления (бланковые, компьютерные ординарные, компьютерные адаптивные).

*Контрольная работа (ПР-2)* является более сложной формой проверки; она может применяться для оценки знаний по базовым и вариативным дисциплинам циклов ГСЭ, ЕН и



профессионального. Контрольная работа, как правило, состоит из небольшого количества средних по трудности вопросов, задач или заданий, требующих поиска обоснованного ответа. Контрольная работа может занимать часть или полное учебное занятие с разбором правильных решений на следующем занятии. Рекомендуемая частота проведения – не менее одной перед каждой промежуточной аттестацией.

*Эссе (ПР-3)* – одна из форм письменных работ, наиболее эффективная при освоении базовых и вариативных дисциплин циклов ГСЭ и, в некоторых случаях, профессионального цикла. Роль этой формы контроля особенно важна при формировании универсальных компетенций выпускника, предполагающих приобретение основ гуманитарных, социальных и экономических знаний, освоение базовых методов соответствующих наук. Эссе – небольшая по объему самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем соответствующей дисциплины. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных умозаключений. Эссе должно содержать четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ собранных студентом конкретных данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подробный разбор предложенной преподавателем проблемы с развёрнутыми пояснениями и анализом примеров, иллюстрирующих изучаемую проблему и т.д.

Требования к эссе могут трансформироваться в зависимости от конкретной дисциплины, однако качество работы должно оцениваться по следующим критериям: самостоятельность выполнения, способность аргументировать положения и выводы, обоснованность, четкость, лаконичность, оригинальность постановки проблемы, уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать факты, структура и логика изложения).

Для подготовки эссе студенту предоставляется список тем, список обязательной и дополнительной литературы, требования к оформлению.

*Реферат (ПР-4)* – форма письменной работы, которую рекомендуется применять при освоении вариативных (профильных) дисциплин профессионального цикла. Как правило, реферат представляет собой краткое изложение содержания научных трудов, литературы по определенной научной теме. Объем реферата может достигать 10-15 стр.; время, отводимое на его подготовку – от 2 недель до месяца. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение. Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

Для подготовки реферата студенту предоставляется список тем, список обязательной и дополнительной литературы, требования к оформлению.

*Курсовая работа (ПР-5)* – более сложный, чем реферат, вид самостоятельной письменной работы, направленный на творческое освоение общепрофессиональных и профильных профессиональных дисциплин (модулей) и выработку соответствующих профессиональных компетенций. Объем курсовой работы может достигать 10-20 страниц; время, отводимое на ее написание – от 1-2 месяцев до семестра. В зависимости от объема времени, отводимого на выполнение задания, курсовая работа может иметь различную творческую направленность.

При написании курсовой работы студент должен полностью раскрыть выбранную тему, соблюсти логику изложения материала, показать умение делать обобщения и выводы. Курсовая работа должна состоять из введения, основной части, заключения и списка

использованной литературы. Во введении автор кратко обосновывает актуальность темы, структуру работы и даёт обзор использованной литературы. В основной части раскрывается сущность выбранной темы; основная часть может состоять из двух или более глав (разделов); в конце каждого раздела делаются краткие выводы. В заключении подводятся итоги выполненной работы и делаются общие выводы. В списке использованной литературы указываются все публикации, которыми пользовался автор.

При оценке уровня выполнения курсовой работы, в соответствии с поставленными целями для данного вида учебной деятельности могут контролироваться следующие умения, навыки и компетенции: умение работать с объектами изучения, критическими источниками, справочной и энциклопедической литературой; умение собирать и систематизировать практический материал; умение самостоятельно осмысливать проблему на основе существующих методик; умение логично и грамотно излагать собственные умозаключения и выводы; умение соблюдать форму научного исследования; умение пользоваться глобальными информационными ресурсами; владение современными средствами телекоммуникаций; способность и готовность к использованию основных прикладных программных средств; умение обосновывать и строить априорную модель изучаемого объекта или процесса; способность создать содержательную презентацию выполненной работы.

#### ***Балльно-рейтинговая система оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса***

Важнейшей составляющей системы зачетных единиц является рейтинговая система оценки знаний. Она позволяет реализовывать механизмы обеспечения качества и оценки результатов обучения, активизировать учебную работу студентов, у которых появляются стимулы управления своей успеваемостью. Успешность изучения отдельных дисциплин в системе зачетных единиц оценивается суммой набранных баллов (из 100 возможных), а успеваемость студента в целом - по общему среднему показателю успеваемости (ОСПУ). Система балльной оценки является основным инструментом оценки работы студента в процессе изучения дисциплины и уровня ее освоения на выходе; ОСПУ - инструментом интегрированного оценивания студента по всем изученным дисциплинам на отдельных этапах (за 1, 2, 3-й семестры и т.д.) и в конце обучения. Текущее значение ОСПУ, исчисляемое в баллах с точностью до одной десятой, определяет текущий рейтинг студента. В американской системе образования аналог ОСПУ (GPA) рассчитывается по четырехбалльной системе, в некоторых европейских странах - по десятибалльной. В российской системе образования ОСПУ может вычисляться на основе традиционной пятибалльной системы оценки.

***Оценка успешности изучения отдельных дисциплин.*** Успешность изучения каждой из дисциплин учебного плана в системе зачетных единиц оценивается суммой баллов, исходя из 100 максимально возможных, и включает две составляющие.

***Первая составляющая*** - оценка преподавателем итогов учебной деятельности студента по изучению дисциплины в течение семестра (в сумме не более чем 70 баллов). Структура баллов, составляющих оценку преподавателя, представлена в стандарте учебной дисциплины и включает отдельные доли в баллах, начисляемые студенту за посещаемость (пропорционально числу посещенных занятий), успешность выполнения и защиты рубежных коллоквиумов, за полноту и качество самостоятельной работы.

Далее в качестве условного примера приводится распределение баллов, составляющих основу оценки работы студента по изучению модуля «Математика-1» в течение 15 недель семестра:

Посещение занятий	15 баллов (1 балл и неделю)
Коллоквиум-I	10 баллов
Коллоквиум-II	15 баллов
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы	30 баллов
Итого:	70 баллов.

Преподаватель на первой встрече со студентами обязан подробно объяснить систему 70-балльной оценки. Студенты должны знать, когда, какой суммой баллов будет оцениваться тот или иной вид их труда, какие критерии оценки использует преподаватель, когда, как и по каким темам будут проводиться тестирование и контроль выполнения самостоятельной работы. Благодаря регулярности контроля обеспечивается обратная связь, позволяющая преподавателю понять, каким темам или задачам следует уделить больше внимания и соответственно скорректировать учебный процесс.

Студент, работая с преподавателем в течение семестра, уже с первой недели, оценивая свои успехи, знает, как повышается его оценка, и в конце обучения может с высокой вероятностью определить ее возможное итоговое значение. Это практически исключает субъективность итоговой оценки, выставляемой студенту преподавателем.

*Вторая составляющая оценки по дисциплине* - оценка знаний студента на экзамене по 30-балльной шкале (при 70-балльной оценке преподавателя).

В системе зачетных единиц основной формой семестрового экзамена по всем дисциплинам, по которым это возможно и признано эффективным, является комплексное тестирование, которое проводится в устной и письменной форме, а также в форме выполнения вынесенных на экзамен проблемных заданий. Применяются тесты с ограниченным по времени и без него, контролем и без контроля преподавателя. Хорошо разработанным считается тест, имеющий строгую научно обоснованную форму, полностью и равномерно охватывающий проверяемую тему, с ясными однозначными ответами, прошедший статистическую и экспертную проверку.

Комплексное тестирование обычно состоит из трех частей: общие понятия - 20%; основная часть - 50%; решение проблемы - 30%.

*Общие понятия* - часть комплексного теста, которая включает вопросы, нацеленные на выявление знания основных, базовых понятий учебной дисциплины (модуля). Студент ставится в такие условия, при которых исключается возможность угадывания ответов; за правильный ответ начисляется 1 балл, за неправильный - 1 балл снимается. Студент может не отвечать на вопрос, если он не уверен в правильности своего ответа. Отсутствие ответа оценивается как 0 баллов.

*Основная часть* теста требует от студента умений и навыков решения за ограниченное время большого количества относительно простых задач в объеме всего курса. Чтобы ответить на вопросы этой части, студенту приходится напряженно поработать, применить свои знания для выбора правильных ответов среди предлагаемых альтернатив. За каждый правильный ответ студент получает 1-3 балла (в зависимости от специфики предмета). За каждый неверный ответ, как и в первой части теста, снимается 1 балл.

*Решение проблемы* - часть комплексного теста, при выполнении которой студент, основываясь на приобретенных по данному предмету знаниях, самостоятельно решает конкретную проблемную задачу или несколько задач, в зависимости от времени проведения тестового экзамена. Итоги выполнения этой части экзаменационного задания проверяет и оценивает экзаменационная комиссия.

## **7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП бакалавриата**

### **7.2.1. Общие требования к государственной итоговой аттестации**

Итоговая аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме. Итоговая государственная аттестация бакалавра включает защиту выпускной квалификационной (бакалаврской) работы. Государственный экзамен вводится по усмотрению вуза. Итоговые аттестационные испытания предназначены для определения общих и специальных (профессиональных) компетенций бакалавра рекламы и связей с общественностью, определяющих его практическую и теоретическую подготовленность к выполнению профессиональных задач, установленных федеральным государственным образовательным стандартом, способствующих его устойчивости на рынке труда по направлению 031600.62

Реклама и связи с общественностью и другим гуманитарным направлениям в соответствии с п. 1.4 вышеупомянутого стандарта.

Аттестационные испытания, входящие в состав итоговой государственной аттестации выпускника, должны полностью соответствовать основной образовательной программе высшего профессионального образования, которую он освоил за время обучения.

В результате подготовки, защиты выпускной квалификационной работы и сдачи государственного экзамена студент должен:

знать, понимать и решать профессиональные задачи в области научно-исследовательской и производственной деятельности в соответствии с профилем «Реклама и связи с общественностью»;

уметь использовать современные методы и технологии рекламы и связей с общественностью для решения профессиональных задач; самостоятельно обрабатывать, интерпретировать и представлять результаты научно-исследовательской и производственной деятельности по установленным формам;

владеть приемами осмысления базовой и факультативной информации в области рекламы и связей с общественностью для решения научно-исследовательских и производственных задач в сфере профессиональной деятельности.

### **7.2.2. Требования к выпускной работе бакалавра**

Конкретные требования к содержанию, объему и структуре выпускной работы бакалавра определяются высшим учебным заведением на основании Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений, утвержденном Минобразованием России, государственного образовательного стандарта по направлению 031600.62 Реклама и связи с общественностью и методических рекомендаций УМО по образованию в области Рекламы и связей с общественностью.

Выпускная квалификационная работа бакалавра в области рекламы и связей с общественностью представляет собой законченную самостоятельную учебно-исследовательскую работу, в которой решается конкретная задача, актуальная для филологии, и должна соответствовать видам и задачам его профессиональной деятельности, приведенным в п. 1.4.3. ВКР должна представлять собой самостоятельное исследование, состоящее в обзоре, анализе, обобщении и оценке имеющейся литературы по той или иной филологической проблеме. Выпускная работа должна быть основана на глубоком знании мировых и отечественных первоисточников, современных точек зрения на проблему и выполнена на базе общепрофессиональных дисциплин направления. Выпускная работа бакалавра должна быть представлена в форме рукописи.

Объем ВКР — 30-50 страниц текста, набранного через 1,5 интервала 14 шрифтом. Работа любого типа должна содержать титульный лист, введение с указанием актуальности темы, целей и задач, характеристикой основных источников и научной литературы, определением методик и материала, использованных в ВКР; основную часть (которая может члениться на параграфы и главы), заключение, содержащее выводы и определяющее дальнейшие перспективы работы, библиографический список. Оформление ВКР должно соответствовать требованиям, устанавливаемым ГОСТ.

Выпускная квалификационная работа бакалавра определяет уровень профессиональной подготовки выпускника. Поскольку областью профессиональной деятельности бакалавра в области рекламы и связей с общественностью исследовательская и практическая деятельность в сфере массовых коммуникаций и маркетинга, потребительского рынка и потребительского поведения, деловой и межкультурной коммуникации, образования, культуры и управления, в процессе подготовки ВКР студент может быть сориентирован на один из предложенных типов ВКР:

- **самостоятельное научное исследование:**
- работа прикладного характера:
- Самостоятельное научное исследование (Теоретический аттестационный проект) бакалавра

### **7.2.2. Примерный перечень тем ВКР**

1. Цвет в рекламе как фактор воздействия на потребителя
2. Разработка и продвижение нетрадиционной рекламы в Бурятии
3. Выставочная деятельность как вид рекламной коммуникации
4. Туристический брендинг в Республике Бурятия
5. Формирование и продвижение имиджа ГРДТ в сети интернет
6. Национальный бренд Республики Бурятия (на примере создания проекта национального ювелирного магазина)
7. Брендинг как способ и выражение регионального самосознания (на примере брендов Республики Бурятия)
8. Проблема эффективности слогана в рекламном тексте (на примере конкурирующих компаний города Улан-Удэ «Вегос-М» и «Смит»)
9. Особенности психологии восприятия веб-сайта организации (на примере РА «Барис»)
10. Организация рекламы в магазинах г. Улан-Удэ
11. Особенности дизайна наружной социальной рекламы в г. Улан-Удэ
12. Планирование рекламной кампании в сфере продажи орг.техники (на примере сети магазинов «Снежный барс»)
13. Моделирование нового имиджа (на примере РА «Барис»)
14. Особенности рекламной деятельности в развлекательной сфере (на примере торгово-развлекательных центров г. Улан-Удэ)
15. Product placement в бурятском кинематографе
16. Нестандартные рекламные носители и их влияние на эффективность рекламной деятельности в Бурятии
17. Событийный маркетинг (event-маркетинг) как эффективное средство продвижения бренда (на примере компании «Байкалвестком»)
18. Социальная реклама и возможности ее использования в благотворительной деятельности (на примере г. Улан-Удэ)
19. Реклама благотворительности в Бурятии как средство социальной защиты детства
20. Реклама как коммуникативная технология в публичных рилейнз (на примере ОАО «Бурятхлебпром»)
21. Особенности рекламы в печатных СМИ (на примере еженедельника «ИнформПолис»)
22. «Виртуальная реальность» как мультимедийная технология.
23. Мультимедийный продукт: этапы производства.
24. Средства массовой коммуникации как инструмент воздействия на общественное мнение.
25. Информационные войны: сущность, специфика, механизмы возникновения.
26. Публичных рилейнз в шоу-бизнесе: особенности, проблемы, тенденции.
27. Службы по связям с общественностью в органах государственного управления и бизнес-сфере: сравнительный анализ.
28. Эффективные практики коммуникационного менеджмента (на примере конкретной организации).
29. Коммуникативные технологии в электронно-сетевых изданиях.

30. Использование PR-технологий в формировании имиджа региона (на примере Республики Бурятия)
31. Оптимизация коммуникационных процессов в современной организации.
32. Формирование имиджа города Улан-Удэ
33. Роль PR в формировании корпоративной идентичности в современной организации.
34. PR-технологии разрешения кризисных ситуаций.
35. Спонсорство как ведение PR-деятельности крупной корпорации
36. Организация и проведение выставок как специальные мероприятия в публичных организациях
37. Журналистика и связи с общественностью: сферы взаимодействия
38. Место публичных отношений в интегрированных маркетинговых коммуникациях
39. Роль и функции публичных отношений в исследовании общественного мнения.
40. Фандрейзинг как разновидность публичных отношений в некоммерческой организации
41. Связи с общественностью в туристическом бизнесе: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере ОЭЗ «Байкальская гавань» ).
42. Связи с общественностью в формировании корпоративной культуры организации: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития.
43. PR-технологии в формировании имиджа учебного заведения (на примере БГУ)
44. Лоббирование в PR-деятельности: сущность, проблемы, используемые технологии в Республике Бурятия
45. Организации и проведения PR-кампании в социальной сфере
46. Диалоговая коммуникация в системе PR

### **7.2.3. Требования к государственному экзамену бакалавра**

Цель государственного междисциплинарного экзамена – установление степени профессиональной подготовленности выпускника по использованию теоретических знаний, практических навыков и умений для решения профессиональных задач и уровня приобретенных компетенций, определенных ФГОС ВПО по направлению 031600.62 Реклама и связи с общественностью.

## **8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся**

### **8.1. Материалы и результаты внешней оценки качества реализации ООП**

Внешняя оценка качества реализации ООП предназначена для установления степени удовлетворенности работодателей профессиональными и личными качествами выпускников, сформированных в результате освоения ООП, а также мнений выпускников по поводу полученных ими знаний, умений и навыков и возможностью их применения в выбранной ими профессиональной сфере деятельности.

Внешняя оценка качества реализации ООП по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью выявляется в ходе следующих мероприятий:

- получение отзывов работодателей о подготовке бакалавров-рекламистов;
- проведение ежегодного конкурса студенческих проектов «Медиана», в состав жюри которого приглашаются работодатели;
- проведение опроса работодателей с целью анализа удовлетворенности качеством подготовки студентов, проходящих производственную и преддипломную практики.

Материалы и инструментальный исследования удовлетворенности выпускников и работодателей и проведенных мероприятий хранятся в делопроизводстве выпускающей кафедры русской литературы.

## **8.2. Академическая мобильность студентов**

В процессе освоения ООП студенты имеют возможность участвовать в программах долгосрочной и краткосрочной академической мобильности. Организованная академическая мобильность студентов осуществляется в рамках заключенных университетом договоров с вузами-партнерами и включает следующие формы: ознакомительная практика, производственная практика, учебная практика.

Университет создает условия для осуществления индивидуальной академической мобильности путем распространения информации о существующих возможностях краткосрочного и долгосрочного обучения и стажировки в зарубежных вузах и содействия в организационных мероприятиях на этапе подготовки и оформления документации.

Профессорско-преподавательский состав, обеспечивающий чтение дисциплин ООП, участвует в международных программах с вузами партнерами в рамках подписанных договоров. Формы сотрудничества включают академическую мобильность, совместные научные исследования, совместные публикации, введение международной составляющей в учебные курсы и дисциплины, совместное преподавание дисциплины с иностранными партнерами и др.

Студенты университета имеют возможность пройти дополнительную языковую подготовку в Центре Евразийского сотрудничества БГУ. Это позволяет студентам иметь возможность для участия в международных проектах с зарубежными организациями и вузами, а также в конкурсах грантов на обучение за рубежом.

Слушателям Центра Евразийского сотрудничества предлагаются различные курсы иностранных языков: иностранный язык в рамках профессионального общения (английский, немецкий), начальный и продвинутый курсы иностранного языка (английский, немецкий, французский), испанский и итальянский языки, подготовка к сдаче кандидатского минимума по иностранному языку, индивидуальные занятия. Занятия проводят преподаватели кафедры иностранных языков, более половины из которых имеют ученые степени кандидатов и докторов наук. В случае успешного прохождения слушателями итоговой аттестации по выбранному курсу им выдается свидетельство установленного образца.

Документ составлен в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению 032700 Филология.

Декан ФФ  
ЗД по УР ФФ  
ЗД по ВР ФФ  
Зав. кафедрой «Журналистика и реклама»

В.В. Башкеева  
М.Н. Жорникова  
Г.В. Улазаева  
Н.И. Бадмаева

Слушателям Центра Евразийского сотрудничества предлагаются различные курсы иностранных языков: иностранный язык в рамках профессионального общения (английский, немецкий), начальный и продвинутый курсы иностранного языка (английский, немецкий, французский), испанский и итальянский языки, подготовка к сдаче кандидатского минимума по иностранному языку, индивидуальные занятия. Занятия проводят преподаватели кафедры иностранных языков, более половины из которых имеют ученые степени кандидатов и докторов наук. В случае успешного прохождения слушателями итоговой аттестации по выбранному курсу им выдается свидетельство установленного образца.

Документ составлен в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению 031600.62 Реклама и связи с общественностью.

Разработчики: преподаватели кафедр, указанных в учебном плане.  
Составитель: кафедра журналистики и рекламы

Зав. кафедрой журналистики и рекламы

Н.И. Бадмаева

Декан ФФ

В.В. Башкеева

ЗД по УР

М. Н. Жорникова

Работодатель  
Директор  
рекламное агентство ООО «ПЕРЕЦ»

Д. В. Зориктуева

