

**Аннотация рабочих программ дисциплин
Направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
зочная форма обучения, 2022 г.н.**

Аннотации учебных дисциплин учебного плана Блока 1.

БАЗОВАЯ ЧАСТЬ:

Иностранный язык

1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Иностранный язык» входит в обязательную часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины.

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.

3. Краткое содержание дисциплины

Совершенствование навыков монологической и диалогической речи до уровня подготовленного монологического и диалогического высказываний на основе речевых упражнений и опорных текстов по темам: Meet my family. 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке (УК-4);
- способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском аспектах (УК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- Базовые понятия фонетики: звуки, интонационные структуры, компоненты просодии.
- Алфавит, правила чтения.
- Базовые правила грамматики: артикль, имена существительные, прилагательные, местоимения, предлоги, числительное, категории вида, лица, числа, рода, времени, залога.

Уметь:

- вести беседу, делать сообщения на иностранном языке в пределах предусмотренного программой фонетического, лексического, грамматического материала.

Владеть:

- владение монологической и диалогической речью в соответствии с ситуациями общения, предусмотренными программой;
- аудирование с пониманием основного содержания текста, чтение с пониманием основного содержания, владение элементарной письменной речью.

6. Общая трудоемкость дисциплины. 3 зачетных единиц – (108 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет – (1 сем.), экзамен (2 сем.).

Иностранный язык в профессиональной деятельности

- **Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.**

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности»
входит в обязательную часть блока Б1.

- **Цель освоения дисциплины.**

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

- **Краткое содержание дисциплины.**

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.

1. 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, negotiatur qualities, styles of persuasion, women and the workplace)
4. Inernational 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 productes, negotiating face-toface and on the phone, negotiations across cultures)
7. Marketing (marketing a product, market reseach, promotion and advertising, global marketing, global anf 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 endoers in advertising
12. Analysis of advertising media
13. Media strategy
14. Direct advertising and database marketing
15. Assesing advertising effectiveness

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

-способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах га государственном языке Российской Федерации и иностранном языке (УК-4);

-способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском аспектах (УК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- Базовые понятия фонетики: звуки, интонационные структуры, компоненты просодии.

- Алфавит, правила чтения.

- Базовые правила грамматики: артикль, имена существительные, прилагательные, местоимения, предлоги, числительное, категории вила, лица, числа, рода, времени, залога.

Уметь:

- вести беседу, делать сообщения на иностранном языке в пределах предусмотренного программой фонетического, лексического, грамматического материала.

Владеть:

- - монологической и диалогической речью в соответствии с ситуациями общения,

предусмотренными программой; аудирование с пониманием основного содержания текста, чтение с пониманием основного содержания, владение элементарной письменной речью.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.), экзамен (4 сем.).

Безопасность жизнедеятельности

1. Место дисциплин (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» входит в обязательную часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины

Вооружить студентов знаниями и навыками, позволяющими комфортно чувствовать себя в условиях негативного воздействия среды обитания.

3. Краткое содержание дисциплины

Введение в предмет. Основы безопасности жизнедеятельности. «Безопасность жизнедеятельности» - как предмет, его структура и основные понятия. Среда обитания, ее эволюция. Человек и техно-среда, их взаимодействие. Вредные факторы и опасности. Система безопасности. Понятие и причины возникновения чрезвычайных ситуаций. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций. Чрезвычайные ситуации (ЧС) природного характера. Действия населения в условиях природных катастроф. Классификация и характеристика ЧС природного характера и их последствия. Стихийные бедствия геологического характера. Стихийные бедствия метеорологического характера. Стихийные бедствия гидрологического характера. Природные пожары. Массовые заболевания. Правила поведения населения при проведении изоляционно-ограничительных мероприятий. Чрезвычайные ситуации техногенного характера. Действия населения в условиях техногенных аварий. Классификация и характеристика ЧС техногенного характера. Аварии с выбросом радиоактивных веществ и их последствия. Аварии с выбросом аварийно химически опасных веществ и их последствия. Пожары на промышленных предприятиях, в жилых и общественных зданиях, их причины и последствия. Взрывы и их последствия. Действия населения при взрывах. Транспортные аварии и их последствия. Гидродинамические аварии и их последствия. Защита и действия населения. Опасности, возникающие при ведении боевых действий или вследствие этих действий. Ядерное оружие, его боевые свойства и поражающие факторы. Защита от поражающих факторов. Химическое оружие. Защита от поражающих факторов. Биологическое оружие. Защита от поражающих факторов. Современные обычные средства поражения и защита от них. Экстремальные ситуации криминального характера. Действия населения в случае угрозы и совершения террористического акта. Зоны повышенной криминальной опасности. Ситуации, связанные с провокационным применением оружия. Защита жилища от ограблений и краж. Человек в экстремальных условиях природной среды. Человек в условиях автономного существования. Особенности выживания в условиях арктики, тайги,

пустыни, джунглей, океана. Мероприятия РСЧС и ГО по защите населения. Оповещение. Действия населения при оповещении о ЧС в мирное и военное время. Защита населения путем эвакуации. Организация инженерной защиты населения от поражающих факторов. Средства индивидуальной защиты органов дыхания, кожи. Медицинские средства индивидуальной защиты. Оказание само - и взаимопомощи. Основные правила оказания первой медицинской помощи. Экстренная реанимационная помощь. Первая медицинская помощь при ранениях и кровотечениях, способы остановки кровотечений. Правила и приемы наложения повязок на раны. Первая медицинская помощь при переломах. Способы транспортировки пострадавших. Первая неотложная помощь при неотложных состояниях (при ушибах, вывихах ожогах, обморожении, при поражениях электрическим током и др.)

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8);

• Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе "человек-среда обитания";
- правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности; основы физиологии человека и рациональные условия деятельности;
- анатомо-физические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и поражающих факторов;
- идентификацию травмирующих, вредных и поражающих факторов чрезвычайных ситуаций;
- средства и методы повышения безопасности, экологичности и устойчивости технических средств и технологических процессов;
- методы исследования устойчивости функционирования производственных объектов и технических систем в чрезвычайных ситуациях;
- методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их последствий.

Уметь:

- эффективно применять средства защиты от негативных воздействий;
- разрабатывать мероприятия по повышению безопасности и экологичности производственной деятельности;
- планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.

Владеть:

- владение умениями и методами оказания первой доврачебной медицинской помощи

• Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (1 сем.).

Информационные технологии в профессиональной деятельности

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» входит в обязательную часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины

Воспитание у студентов информационной культуры, отчетливого представления о роли этой науки и знаний о современных информационных технологиях; получение первоначального представления об информатике, а также овладение современными информационно-коммуникационными технологиями; применение полученных знаний в процессе практической работы с языковым материалом и текстом.

3. Краткое содержание дисциплины

Понятие информации, технические и программные средства реализации информационных процессов. Модели решения функциональных и вычислительных задач. Алгоритмизация и программирование; языки программирования высокого уровня; базы данных; программное обеспечение и технологии программирования. Локальные и глобальные сети ЭВМ. Интернет и его место в системе современной культуры. Гуманитарные ресурсы Интернета. Дистанционное образование и Интернет основы защиты информации и сведений, составляющих государственную тайну; методы защиты информации; компьютерный практикум. Развитие информационно-коммуникативных компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью: работа с корпусами языка, базами данных, текстовыми редакторами (процессорами), электронными словарями; редактирование изображения и звука. Поиск в Интернете. Электронные системы контроля знаний.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- современные компьютерные технологии и программное обеспечение, применяемое при сборе, хранении, обработке, анализе информации источников

Уметь:

- выбирать и применять адекватные информационные технологии для решения научно-исследовательских, педагогических, информационно-аналитических и других задач профессиональной деятельности;
- применять стандартные способы решения основных типов задач в области лингвистического обеспечения информационных и других прикладных систем, работать с традиционными носителями информации, распределенными базами данных и знаний, с электронными словарями, применять на практике базовые навыки сбора и анализа языковых и литературных фактов с использованием традиционных методов и современных информационных технологий;

Владеть:

- использование современных информационно-коммуникационных технологий (в частности создавать базы данных и квалифицированно использовать сетевые ресурсы);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией;
- навыками работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.

6. **Общая трудоемкость дисциплины:**

1 зачетная единица (36 часа).

7. **Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (1 сем.).

Экономика и основы проектной деятельности

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Экономика и основы проектной деятельности» входит в обязательную часть часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины

Сформировать у студентов основы экономического мышления путем изучения главных разделов экономической науки. Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в средней общеобразовательной школе.

3. Краткое содержание дисциплины

Экономическая теория как наука, ее предмет и метод. Место и роль человека в экономике. Главные экономические школы и направления в экономической науке. Микроэкономика. Проблема координации выбора потребителей и производителей в экономике. Эффективность рынков и методов их регулирования. Макроэкономическая теория. Роль государства в экономике. Кейнсианская и неоклассическая модели макроэкономики. Особенности функционирования рыночного механизма в открытой экономике. Проблемы внешнего экономического равновесия. Платежный баланс. Валютный курс. Проблемы трансформационных процессов. Этапы становления рыночных отношений в России. Проблемы переходной экономики. Основные принципы эффективной организации хозяйственной деятельности людей.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- студент должен знать основные категории и понятия экономики;

Уметь:

- использовать основные положения и методы экономической науки в профессиональной деятельности;

Владеть:

- культурой мышления, способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке целей и выбору путей ее достижения

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (1 сем.).

История

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «История» входит в обязательную часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском аспектах (УК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории;

Уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;
- ориентироваться в мировых исторических процессах, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;
- применять методы и средства для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;

Владеть:

- владение целостным подходом к анализу проблем общества.

6. Общая трудоемкость дисциплины

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (2 сем.).

Русский язык и культура речи

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Русский язык и культура речи» входит в обязательную часть блока Б1.

2. Цели освоения дисциплины

К целям данного курса относится повышение способности к коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

3. Содержание дисциплины

Литературный язык и его свойства. Языковая норма. Наблюдение над динамической природой нормы. Вариантность и норма. Нормы ударения. Причины изменения и колебания ударения. Нормы произношения. Московское и ленинградское произношение. Нормы словоупотребления (лексическая норма). Требование смысловой точности и многозначность русского слова.

4. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

- способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках (УК-4);

5. Планируемые результаты обучения

Знать:

- основы гуманитарных дисциплин, функционирования коммуникаций в конкурентной среде;

Уметь:

- использовать полученные знания в профессиональной деятельности, в межличностном общении;

Владеть:

- способностью к деловой коммуникации в профессиональной сфере;

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7.

Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.).

Философия

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Философия» входит в обязательную часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое 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 вненаучное 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины

- способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском аспектах (УК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- традиционные и современные проблемы философии и методы философского исследования;

Уметь:

- критически анализировать философские тексты, классифицировать и систематизировать направления философской мысли, излагать учебный материал в области философских дисциплин.

Владеть:

- владение методами логического анализа различного рода суждений, навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики;
- способностью использовать теоретические общепсихологические знания в практической деятельности.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

5 зачетных единиц (188 часов)

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (3 сем.).

Психология

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Психология» входит в обязательную часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины

Целью учебного курса является изучение субъективной стороны политических процессов и институтов, психологического измерения современной политики.

3. Краткое содержание дисциплины

Место политической психологии среди политических наук. Политическая психология и другие смежные дисциплины. Методологическая основа политической психологии. Основные методы политической психологии. Основные понятия и категории. Основные исторические этапы развития политико-психологических идей. Роль Чикагской научной школы в развитии политической психологии. Современное развитие политико-психологических идей в России и за рубежом. Сущность и природа власти. Психологические образы власти. Идеологические и психологические корни терроризма. Психология террористической группы. Психологические образы террористов. Проблемы борьбы с терроризмом. Политическая социализация личности. Механика политического поведения. Политические роли, мотивы, стили и типы политического участия. Типы лидеров, основные психологические черты. Психология политической элиты. Соотношение национальной психологии и политического менталитета. Феномен авторитарной личности. Влияние этнической психологии на политическую деятельность. Проблема национального характера в политической борьбе. Политико-психологическая природа этноцентризма. Психологическое содержание политических стереотипов. Национальная окраска политической картины мира. Массовое сознание: методология исследования. Общественное мнение как форма массового политического сознания. Массы и массовое поведение. Массовые политические настроения и возможность воздействия на них. Идеи Лебона, Тарда, Лассуэла, Липпмана, и др. о психологии политической коммуникации. Современные направления в психологии политических коммуникаций (Бурдые, Московичи, Хабермас, Ольшанский и др.). Психологические особенности политического пиара. Психология политической рекламы.

4. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения

-способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);

5. Планируемые результаты обучения

Знать:

- ряд специальных понятий политической психологии, дающих возможность использовать новые для них концепции и положения в рамках освоения ими современной политической науки;

- предмет политической психологии, её место в системе общественных наук; проблемы, концепции и теории политической психологии макро и микроуровневой политического процесса;

Уметь:

- использовать теоретический материал для понимания закономерностей реальной политики, понимать роль психологического обеспечения политической деятельности как основной задачи политической психологии;

Владеть:

- исследовательскими навыками политико-психологического анализа текущих политических процессов.

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

Правоведение

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Правоведение» входит в обязательную часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является приобретение начального фундамента правового сознания и правовой культуры молодым поколением, должным иметь целостное представление о государственно-правовых явлениях, играющих ведущую роль в регулировании жизни современного общества; владеть практическими навыками и приемами, необходимыми для участия в будущей профессиональной и социальной деятельности. Также осознание ответственности за свое поведение в обществе; формирование уважительного отношения к государственно-правовым институтам и принятие необходимости изучения и приобретения правовых знаний.

3. Содержание дисциплины:

Понятие науки. Объект и предмет науки. Система наук. Понятие юридических наук. Система юридических наук. Понятие учебной дисциплины. Правоведение как учебная дисциплина, ее задачи. Понятие общества. Понятие государства, его признаки. Сущность государства. Теории происхождения государства. Функции государства. Типология государств. Формы государства. Принцип разделения властей. Механизм государства. Правовое государство. Гражданское общество. Государство и право. Их роль в жизни общества. Понятие и сущность права. Норма права. Система российского права и ее структурные элементы. Источники права. Нормативные правовые акты. Правоотношения.

Основные правовые системы современности. Правонарушение и юридическая ответственность. Значение законности и правопорядка в современном обществе. Правовое государство. Конституция РФ – основной закон государства. Основы конституционного строя РФ. Конституционно-правовой статус личности в РФ. Гражданство (подданство). Права человека и гражданина, классификация, гарантии, дискриминация, защита. Обязанности. Правосубъектность. Уполномоченный по правам человека. Особенности федеративного устройства РФ. Система органов государственной власти в РФ. Судебная система РФ. Конституционные основы местного самоуправления в РФ. Понятие семейного права РФ. Принципы семейного законодательства РФ. Порядок и условия заключения и расторжения брака. Права и обязанности супругов. Права и обязанности родителей и детей. Ответственность по семейному праву. Алиментные обязательства. Понятие, задачи и система уголовного права. Принципы уголовного права. Преступление и уголовная ответственность. Категории и виды преступлений. Обстоятельства, исключающие преступность деяния. Система наказаний по уголовному праву. Понятие гражданского правоотношения. Физические и юридические лица. Право собственности. Понятие гражданского правонарушения. Обязательства в гражданском праве и ответственность за их нарушение. Наследственное право РФ. Основания возникновения трудовых прав работников. Трудовой договор (контракт). Рабочее время и время отдыха. Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение. Защита трудовых прав граждан. Дисциплина труда. Предмет и метод административного права. Понятие административного права РФ. Административные правоотношения. Административная ответственность. Субъекты административных правоотношений. Производство по делам об административных правонарушениях. Административный процесс.

4. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения

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

5. Планируемые результаты обучения:

Знать:

- основные категории юриспруденции;
- специфику системы российского права, предмет и метод его базовых отраслей и содержание основных институтов;
- основные нормативные правовые акты и нормативные договоры, образующие систему конституционного, административного, уголовного, гражданского, трудового, семейного, экологического, информационного, международного законодательства;

Уметь:

- толковать и применять нормы гражданского, трудового, административного, экологического и других отраслей права в сфере будущей профессиональной деятельности, в конкретных жизненных обстоятельствах;
- на основе действующего законодательства принимать юридически грамотные решения;
- самостоятельно работать с теоретическим, методологическим и нормативным материалом с целью повышению своей профессиональной квалификации;
- методологически грамотно анализировать правовые явления, происходящие в нашей стране и мире.

Владеть:

- теоретической и нормативной базой правоправедения;

- профессиональной лексикой, терминологией отраслевого законодательства;
- навыками составления документов, юридической техникой, необходимых для участия в гражданском обороте.
-

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

• Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.).

Физическая культура и спорт

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Физическая культура и спорт» включена в обязательную часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: 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.

3. Краткое 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. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- культурное, историческое наследие в области физической культуры;
- традиции в области физической культуры человека;
- сущность физической культуры в различных сферах жизни;
- ценностные ориентации в области физической культуры;
- знания об организме человека как единой саморазвивающейся и саморегулирующейся биологической системе;
- о природных, социально-экономических факторах воздействующих на организм

- человека;
- о анатомических, морфологических, физиологических и биохимических функциях человека;
- о средствах физической культуры и спорта в управлении и совершенствовании функциональных возможностей организма в целях обеспечения умственной и физической деятельности;
- единство нормативной правовой базы в области физической культуры и спорта на всей территории РФ;
- федеральные законы и иные нормативные правовые акты РФ, законы и иные нормативные правовые акты субъектов РФ, содержащие нормы, регулирующие отношения в области физической культуры и спорта;
- понятие здорового образа жизни, способы сохранения и укрепления здоровья
- здоровье человека как ценность и факторы, его определяющие;
- взаимосвязь общей культуры студента и его образа жизни;
- здоровый образ жизни и его составляющие;
- влияние вредных привычек на организм человека;
- применение современных технологий, в том числе и биоуправления как способа отказа от вредных привычек;
- знание методов и средств физической культуры и спорта для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья;
- основы формирования двигательных действий в физической культуре;
- знание целей и задач общей физической подготовки и специальной подготовки в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
- структуру подготовленности спортсмена: техническая, физическая, тактическая, психическая подготовка;
- зон и интенсивности физических нагрузок;
- структуры и направленности учебно-тренировочного занятия;
- знание современных популярных систем физических упражнений;
- понятия профессионально-прикладной физической подготовки (ППФП), ее цели, задач и средств;
- методики подбора средств ППФП;
- форм и содержания самостоятельных занятий;
- границ интенсивности нагрузок в условиях самостоятельных занятий у лиц разного возраста;
- содержания производственной физической культуры;
- особенностей выбора форм, методов и средств физической культуры и спорта в рабочее и свободное время специалистов;
- влияния индивидуальных особенностей, географо-климатических условий и других факторов на содержание физической культуры специалистов, работающих на производстве;
- профессиональных факторов, оказывающих негативное воздействие на состояние здоровья специалиста избранного профиля.

Уметь:

- анализировать, систематизировать различные социокультурные виды физической культуры и спорта;
- реализовывать духовные, физические качества в различных сферах жизнедеятельности человека; реализовывать потенциальные возможности в умениях, навыках физических способностях;

- подбирать системы физических упражнений для воздействия на определенные функциональные системы организма человека;
- дозировать физические упражнения в зависимости от физической подготовленности организма;
- оценивать функциональное состояние организма с помощью двигательных тестов и расчетных индексов;
- интегрировать полученные знания в формирование профессионально значимых умений и навыков;
- применять методы отказа от вредных привычек;
- использовать различные системы физических упражнений в формировании здорового образа жизни;
- применять принципы, средства и методы физического воспитания;
- подбирать и применять средства физической культуры для освоения основных двигательных действий;
- оценивать уровень развития основных физических качеств с помощью двигательных тестов и шкал оценок;
- использовать средства физической культуры и спорта для формирования психических качеств личности;
- использовать средства физической культуры для общей физической и специальной подготовки в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
- самостоятельно выбирать виды спорта или систему физических упражнений для укрепления здоровья;
- использовать средства профессионально-прикладной физической подготовки для развития профессионально важных двигательных умений и навыков;
- осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма во время самостоятельных занятий;
- использовать методы и средства физической культуры и спорта в рабочее и свободное время;
- использовать средства и методы профилактики травматизма на производстве.

Владеть:

- владение знаниями и навыками здорового образа жизни, способами сохранения и укрепления здоровья;
- различными системами физических упражнений;
- методическими принципами физического воспитания, методами и средствами физической культуры;
- средствами освоения основных двигательных действий;
- основами общей физической и специальной подготовка в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
- самостоятельно выбирать виды спорта или систему физических упражнений для укрепления здоровья;
- основами профессионально-прикладной физической подготовки, основами методики самостоятельных занятий и может осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма.

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (6 сем.).

Управление интегрированными коммуникациями

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Управление интегрированными коммуникациями (в сфере рекламы и связей с общественностью)» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения курса.

Заключаются в формировании у обучающихся системы представлений и основ теоретико-методологических знаний об особенностях рекламы и PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Задачи курса: - сформировать понятийно-категориальный аппарат по изучаемой дисциплине; сформировать знания о сущностных и технологических особенностях рекламы и публик рилейшнз, их роли и месте в системе ИМК; сформировать умения работы с рекламой и использования PR-технологий в организации работы СМИ.

3. Краткое содержание дисциплины.

Роль PR в системе общественных отношений. Принцип социальной ответственности бизнеса. Модели PR. Определения, принципы и функции PR. Место PR в системе ИМК. Смежные понятия. Требования к личным качествам пиармена. Образование в сфере PR. Первоисточники. Зарождение основ профессии в США. Институционализация. Пионеры PR. Основные этапы. Характеристики современного этапа. Экономические, политические, социальные предпосылки генезиса и развития PR. PR в России. 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. Содержание, формы и методы работы со СМИ. Требования к составлению сообщения. Надежность источника сообщения. Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации. Принципы эффективной коммуникации. Спидокторство. Акции и специальные события. Критерии оценки. Оценка процесса и результатов программы. Интерпретация результатов. Метод «из уст в уста». Информационные и имиджевые материалы: биография руководителя, история - легенда, пресс-релиз, бэкграундер, факт-лист, авторская статья. Организация специальных событий. Виды событий. Псевдособытия. Спонсорство и благотворительность, фандрайзинг. Понятие имиджа, природа имиджа, структура. Внутренняя общественность и имидж организации. Управление имиджем. Корпоративная культура как основа формирования имиджа и область стратегических изменений. Корпоративная философия. PR-реклама имиджа. Задачи переговоров и переговорщика. Стадии переговорного процесса. Принципы конструктивности. Теория переговоров. Гарвардская модель переговоров. Стратегия переговоров с трудным противником У. Юри. Переговоры с террористами. Правила коммуникации в кризисной ситуации. Факторы успеха. Борьба со слухами. Радио- и телеинтервью, интервью для печатных органов. Ораторское искусство. Неречевые навыки

коммуникации.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникативных продуктах (ОПК-6);

- способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);

5. Планируемые результаты обучения

Знать:

- принципы организации эффективных рекламных кампаний в сфере бизнеса;
- понимать взаимосвязь рекламы с другими бизнес-процессами коммерческих компаний, понимать взаимосвязь функционирования современных средств массовой информации и рекламной деятельности;

Уметь:

- осуществлять планирование рекламных кампаний с учётом характеристик целевой аудитории, исследовательских данных;
- составлять брифы на изготовление рекламной продукции; ориентироваться в преимуществах и недостатках различных медиа как средств распространения рекламы.

Владеть:

- навыками оценки эффективности рекламных кампаний и рекламной продукции;
- навыками взаимодействия с различными участниками рекламного рынка;

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетных единиц – (108 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.).

Основы менеджмента

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Основы менеджмента» входит в обязательную часть блока Б1.

2. 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.

3. Краткое содержание дисциплины

Формирование и развитие науки о менеджменте. Модели менеджмента. Организационные структуры менеджмента. Коммуникационные процессы. Управленческие решения. Кадровая политика. Мотивация персонала. Экономическая эффективность менеджмента.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникативных продуктах (ОПК-2);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- сущность менеджмента, его объекта и условий в которых он функционирует;
- содержание процесса менеджмента;
- социально-психологические проблемы менеджмента, проблем мотивации, лидерства и руководства;
- социальных вопросов и этики предпринимательства, проблем управления развитием, изменениями, группами, конфликтами и стрессами;
- связующих процессов менеджмента, а также форм и методов обеспечения эффективного управления;

Уметь:

- правильно определить сущность и содержание процессов управления, руководства, предпринимательства и менеджмента, провести анализ внутренней и внешней среды объекта менеджмента, социальных и психологических факторов, определяющих эффективность взаимодействия и связующих процессов менеджмента;
- наладить процессы коммуникаций, принятия решений; обеспечить эффективное управление организацией;

Владеть:

- использования знаний и умений для организации предприятий, определения их миссии, целей, задач, стратегии и тактики функционирования объекта менеджмента для практического использования принципов мотивации, выбора эффективного стиля руководства и лидерства, навыков управления группами, конфликтами, стрессами, управления социальными процессами, организационным развитием и изменениями на предприятии;
- организации коммуникаций и взаимодействия на предприятиях; использования моделей и методов рационального решения проблем; управления конкретными процессами и объектами на предприятиях.

6. Общая трудоемкость дисциплины

5 зачетных единиц – (180 часов).

7.

Форма контроля

Промежуточная аттестация –зачет (5 сем.), экзамен (6 сем.).

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной

образовательной программы

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» входит в обязательную часть блока Б1.

2. 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.

3. Краткое 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникативных продуктах (ОПК-2);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);
- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

Знать:

- функциональные основы и принципы организации Отделов рекламы и связей с общественностью в структуре предприятий бизнеса и коммерции;

Уметь:

- проводить мониторинг информационной среды, составлять пресс-клиппинг, взаимодействовать со СМИ, а также решать иные производственные задачи;

Владеть:

- навыки: общими представлениями о профессиограмме специалиста отдела по рекламе и связям с общественностью и направлениях их деятельности.

6. Общая трудоемкость дисциплины

6 зачетных единиц – (216 часов).

7.

Форма контроля

Промежуточная аттестация –зачет (6 сем.), экзамен (7 сем.).

Медиапланирование

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Медиапланирование» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

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

3. Краткое содержание дисциплины

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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);
- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- принципы организации процесса медиапланирования в организации и проведении рекламных кампаний в сфере бизнеса;
- понимать взаимосвязь эффективности медиапланирования с общей эффективностью рекламной кампании, понимать взаимосвязь функционирования современных средств массовой информации и рекламной деятельности;

Уметь:

- осуществлять планирование рекламных кампаний с учётом характеристик целевой аудитории, исследовательских данных;

- ориентироваться в преимуществах и недостатках различных медиа как средств распространения рекламы;

Владеть:

- навыками оценки эффективности медианосителей как средств распространения рекламной информации;
- навыками оперирования основными понятиями медиапланирования, навыками составления медиапланов, навыками оценки эффективности медиапланов;

6. Общая трудоемкость дисциплины
8 зачетных единиц (288 часа).

7. Форма контроля
Промежуточная аттестация – экзамен (6 сем.), экзамен (7 сем.).

Репутационный менеджмент

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Репутационный менеджмент» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

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

3. Краткое содержание дисциплины

Теория организационного развития в системе наук, организация как социальная структура, структура организации, организационное развитие как инновационный процесс, системное управление организационным развитием.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);
- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- историю и причины появления социального феномена «репутация»;
- основные понятия, категории и инструменты современных средств массовых коммуникаций;
- роль нематериальных активов в новой парадигме бизнеса;
- основные задачи и функции управления репутацией; основные принципы и задачи репутационного менеджмента;

Уметь:

- анализировать современное информационное пространство;
- ориентироваться в новой реальности, созданной средствами массовых коммуникаций;

- виртуальные образы и симулякры, созданные для решения конкретных маркетинговых задач;

Владеть:

- понятийным аппаратом в области управления репутацией и репутационного менеджмента.

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы (108 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (7 сем.).

Аннотации дисциплин модуля «Маркетинг»

Основы маркетинга

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Основы маркетинга» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

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

3. Краткое содержание дисциплины

Маркетинг как концепция управления в рыночной экономике, маркетинговая среда предприятия, маркетинговая информационная среда, сегментирование рынка, исследование рыночной конъюнктуры, сбытовая политика предприятия.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- функции и роль маркетинга в системе управления фирмой;
- основные направления исследований в маркетинге;
- методики анализа потребительского поведения и сегментирования рынка;
- основы товарной и сбытовой политики фирмы;
- основные каналы маркетинговых коммуникаций;
- содержание маркетинговой управленческой деятельности;

Уметь:

- систематизировать и обобщать информацию по вопросам маркетинговых исследований;

- формулировать и решать задачи сегментирования рынка;
- определять факторы, влияющие на формирование товарной и сбытовой политики фирмы;
- определять направления и конкретные инструменты маркетинговых коммуникаций;
- обосновать выбор оптимальной маркетинговой стратегии фирмы из множества альтернатив;
- планировать мероприятия в рамках комплекса маркетинга;

Владеть:

- методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей, сбора, обработки и анализа маркетинговой информации;
- навыками эффективной передачи информации целевой аудитории фирмы;
- способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии фирмы, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по маркетингу, используя современные образовательные технологии;

6. Общая трудоемкость дисциплины 4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.), экзамен (3 сем.).

Маркетинговые стратегии продвижения продукции СМИ

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговые стратегии продвижения продукции СМИ» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое содержание дисциплины

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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность организовать маркетинговые исследования в области СМИ (ПК-4);
- способность разработать маркетинговую стратегию для продукции СМИ (ПК-6);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- процесс маркетингового исследования;
- ситуационный анализ как этап планирования рекламной деятельности;
- способы получения и анализа исследовательской информации;

Уметь:

- использовать теоретические знания для решения конкретных задач в области организации маркетинговых исследований для рекламных предприятий;
- разрабатывать программы маркетинговых исследований;
- использовать методы маркетинговых исследований и сбора информации

Владеть:

- навыками самостоятельного расширения и углубления знаний в области организации маркетинговых исследований;
- навыками проведения ситуационного анализа в сфере деятельности конкретного предприятия;

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (4 сем.).

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое содержание дисциплины

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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);
- способность организовать маркетинговые исследования в области СМИ (ПК-4);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- процесс маркетингового исследования;
- ситуационный анализ как этап планирования рекламной деятельности;
- способы получения и анализа исследовательской информации;

Уметь:

- использовать теоретические знания для решения конкретных задач в области организации маркетинговых исследований для рекламных предприятий;
- разрабатывать программы маркетинговых исследований;
- использовать методы маркетинговых исследований и сбора информации

Владеть:

- навыками самостоятельного расширения и углубления знаний в области организации маркетинговых исследований;
- навыками проведения ситуационного анализа в сфере деятельности конкретного предприятия;

6. Общая трудоемкость дисциплины

8 зачетных единиц (288 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (7 сем.), экзамен (4 сем.).

Аннотации дисциплин модуля «Профессиональный модуль»

Введение в специальность

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Введение в специальность» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов начальных знаний и базовых представлений, которые помогут бы им на протяжении всего курса обучения ориентироваться в области профессиональной деятельности «реклама и связи с общественностью»; развитие интереса к будущей профессии; получение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности; получение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объемах деятельности, роли новых медиа в современной практике PR и рекламы; формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в данной отрасли.

3. Краткое содержание дисциплины

Деятельность в области рекламных коммуникаций в современном мире: объём, принципы, тенденции, кейсы. Реклама как маркетинговая коммуникация и как социокультурная технология. Генезис маркетинговых коммуникаций. Проторекламные, рекламные и другие презентационные технологии до XIX века. Знаковые имена, агентства, рекламные кампании, рекламодатели (по материалам истории рекламы XXI веков). Вводная лекция.

Что такое Public Relations? История развития связей с общественностью в США, Европе и России. Методологические основы связей с общественностью. Теория и практика связей с общественностью.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

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

- способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- цели и задачи профессиональной деятельности;
- ключевые понятия; базовые технологии; основные сведения по истории рекламы и PR;
- особенности современного этапа развития этой области профессиональной деятельности;

Уметь:

- выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке;
- анализировать рекламные и PR-кампании на предмет их соответствия основным этическим нормам рекламной и PR-деятельности;
- определять соответствие аудитории и канала коммуникации;

Владеть:

- рефлексировать профессиональную деятельность в сфере рекламы и PR;
- классифицировать рекламные и PR-материалы по видам, типам, технологиям создания;
- классифицировать рекламные и PR-материалы по отдельным историческим этапам становления отрасли;
- анализировать визуальную и вербальную часть рекламы;

6. Общая трудоемкость дисциплины
5 зачетных единиц (188 часов).

7. Форма контроля
Промежуточная аттестация – экзамен (1 сем.).

История рекламы

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «История рекламы» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Дать углубленное представление о специфике различных видов и форм рекламной деятельности, об их историческом и национальном своеобразии, о закономерностях их становления и взаимовлияния на каждом из важнейших эволюционных этапов.

3. Краткое содержание дисциплины

«Протореклама» в античности и средневековье. Институт же глашатаев – одно из древнейших установлений государственной власти, он выполнял функцию первой «правительственной рекламы». Периодизация истории рекламы. Древнейшие рекламные тексты в античности – графити. Реклама в раннем европейском Средневековье. Становление рекламных коммуникаций в условиях средневековой урбанизации. Становление визуальной (изобразительной) рекламы в X в. Развитие различных форм геральдики, экслибриса, сигнатур и иных форм фирменного отличия. Реклама в ранней европейской журналистике. Европейская реклама в конце XVIII в. Исторические особенности становления и развития американской рекламы. История отечественной рекламы.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникативных продуктах (ОПК-2);
-способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
-способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норма регулирования (ОПК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- явления проторекламы и ее роли в зарождении рекламы;
- основные этапы становления и развития рекламы в мире;
- особенности исторических процессов в сфере рекламы в Европе и америке;
- основные этапы становления и развития рекламы в России;

Уметь:

- обосновать явления проторекламы с позиций их роли в истории рекламы;
- рассматривать рекламные процессы в контексте их исторического становления и развития;

Владеть:

- периодизацией истории мировой и отечественной рекламы;
- навыками описания рекламы и рекламных коммуникаций в историческом ключе;

6. Общая трудоемкость дисциплины

4 зачетные единицы (144 часа).

7.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (1 сем.).

Копирайтинг

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Копирайтинг» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

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

3. Краткое 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) коммуникативные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- особенности использования вербального компонента в рекламных текстах;
- особенности создания текстов в области связей с общественностью;

Уметь:

- анализировать рекламные и иные профессиональные тексты с точки зрения структуры, жанра, эффективности;

Владеть:

- создания рекламных текстов, иных профессиональных текстов, имеющих различную структуру, жанровую принадлежность;

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

Основы связей с общественностью

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Основы связей с общественностью» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Дать знание технологий PR для менеджеров некоммерческих, в том числе политических организаций в свете целей, организации, форм и методов этой деятельности, анализа ее эффективности.

3. Краткое содержание дисциплины

Понятие PR и их место в современном обществе, Функциональное содержание и особенности PR, Социальная среда и контактные группы, Работа со СМИ, работа с органами власти, специальные события и социальные мероприятия, брендинг как коммуникативная теория, внутриорганизационные коммуникативные технологии.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) коммуникативные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникативных продуктах (ОПК-2);
- способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- способность к поиску информации по тематике сайта (ПК-1);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- сущность, источники формирования, основные функции, модели, технологии, организации управления, критерии оценки эффективности связей с общественностью (PR);

Уметь:

- использовать конкретные PR-технологии, проводить планирование PR-деятельности, оценку ее эффективности;

Владеть:

- целостным представлением о сущности PR –коммуникаций и их функций;

6. Общая трудоемкость дисциплины

4 зачетные единицы (144 часа).

7.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (2 сем.).

Креативные стратегии и реклама

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Креативные стратегии и реклама» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: преподавания дисциплины «Креативные стратегии и реклама» 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 ОП подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

3. Краткое 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность к поиску информации по тематике сайта (ПК-1);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);
- способность организовать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ (ПК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- предметную сферу и принципы креатива в рекламе;
- основные рекламные стратегии рационального и эмоционального воздействия, рекламные стратегии VIPS и ROI;
- основные креативные концепции, принципы создания рекламной идеи, рекламного сообщения, релевантного коммерческого сообщения, принципы формирования эффективного креатив-брифа;

Уметь:

- подбирать и планировать рекламные стратегии, разбираться в вопросах анализа маркетинговой составляющей рекламного сообщения, согласование креатива с маркетинговой задачей, стадией жизненного цикла товара и мотивами целевой аудитории;

Владеть:

- основными технологиями креативного планирования; алгоритмом поиска креативной концепции и рекламной идеи, подходами к определению рекламной проблемы и навыками формулирования креативной рекламной стратегии;

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы (108 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.), экзамен (3 сем.), диф. зачет (4 сем.).

Интернет-реклама

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Интернет-реклама» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является изучение студентами базовых представлений о рекламных технологиях в интернете, 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.

3. Краткое содержание дисциплины

Курс дает начальное представление об интернет-платформах новых медиа как маркетинговых инструментах, моделях коммуникации в интернете, особенностях восприятия аудитории. Особое место уделено вопросам изучения сайтов, выступающих своего рода рекламной витриной представления деятельности конкретной компании или корпоративной структуры, а также связям с радикальными изменениями российской рыночной среды и ее специфических условий (цифровой брэндинг, он-лайн директмаркетинг, медиапланирование, рекламный менеджмент, паблик рилейшнз и др.). Курс включает наряду с общей информацией вводного плана об интернете, 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);
- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- теоретические и правовые основы рекламной деятельности в сети-интернет;
- основные способы создания и продвижения рекламной продукции в сети-интернет;

Уметь:

- проводить исследование потребительского спроса, выделять психологические, особенности потребителя;
- планировать рекламную деятельность с учетом рыночных и социальных факторов;
- представлять новый продукт сервисной деятельности;
- оценивать результаты своей деятельности и вырабатывать новые креативные идеи;

Владеть:

- навыками: влияния на потребителя через рекламу;

- современными информационными технологиями в рекламе;
- навыками выполнения и создания инновационных проектов в сети интернет.

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

Брендинг

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Брендинг» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Дать представление о таких основных понятиях, как бренд, брендинг, ребрендинг и бренд-аудит. Также важные составляющие по бренд-работе: нейминг, разработка дескриптора и слогана.

3. Краткое содержание дисциплины

Бренд и маркетинг. Имя бренда и нейминг в маркетинге. Дескриптор и слоган в брендинге. Система вербальной и визуальной идентификации в брендинге. Брендбук. Ребрендинг.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность организовать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ (ПК-5);
- способность разработать маркетинговую стратегию для продукции СМИ (ПК-6);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- особенности создания и позиционирования бренда;
- технологию формирования потребительской ценности бренда;
- технологию восприятия бренда;

Уметь:

- формировать целостное представление о процессе управления брендом;
- разрабатывать механизм позиционирования бренда;
- вырабатывать навыки анализа практических ситуаций с использованием инструментария
- диагностики бренда;
- формировать потребительскую ценность бренда;

Владеть:

- владеть специальными методическими приемами и способами анализа информации,

- анализировать процесс брендменеджмента, с целью принятия рациональных маркетинговых и управленческих решений;
- основными инструментами формирования и управления имиджем компании.

6. Общая трудоемкость дисциплины
2 зачетные единицы (72 часа)

7. Форма контроля
Промежуточная аттестация – экзамен (4 сем.).

Визуальные коммуникации в рекламе и связях с общественностью

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Визуальные коммуникации в рекламе и связях с общественностью» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Формирование целостной системы представлений о визуальной стороне рекламных коммуникаций и технологий по связям с общественностью.

3. Краткое содержание дисциплины

Визуальные коммуникации в системе маркетинговых коммуникаций. Особенности визуального восприятия рекламы. Мотивы использования визуальных образов в рекламе: привлечение внимания, закрепление в памяти, укрепление убеждения, рассказ интересных историй, быстрое осуществление коммуникаций, фиксация ассоциаций. Язык визуальной коммуникации (изображения, знаки, образы, типографика, инфографика). Визуальные аспекты PR-текста и их функции. Визуальные коммуникации и визуальный контент.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность к поиску информации по тематике сайта (ПК-1);
- способность организовать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ (ПК-5);
- способность разработать маркетинговую стратегию для продукции СМИ (ПК-6);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- особенности создания визуального образа;
- социально-психологические и коммуникативные факторы визуального восприятия;
- визуальные коммуникации в системе маркетинговых коммуникаций;

Уметь:

- формировать целостное представление о мотивах использования визуальных коммуникаций;
- провести анализ визуального контента с позиций рекламных и PR-коммуникаций;
- обосновать достоинства и недостатки средств визуальной коммуникации;

Владеть:

- навыками формирования визуального контента;

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа)

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (4 сем.).

Теория и практика рекламы

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Теория и практика рекламы» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое 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, социодемографических 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность к поиску информации по тематике сайта (ПК-1);
- способность разработать маркетинговую стратегию для продукции СМИ (ПК-6);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- принципы организации эффективных рекламных кампаний в сфере бизнеса;
- понимать взаимосвязь рекламы с другими бизнес-процессами коммерческих компаний.

Уметь:

- осуществлять планирование рекламных кампаний с учётом характеристик целевой аудитории, исследовательских данных;
- составлять брифы на изготовление рекламной продукции;

- ориентироваться в преимуществах и недостатках различных медиа как средств распространения рекламы.

Владеть:

- навыками оценки эффективности рекламных кампаний и рекламной продукции, взаимодействия с различными участниками рекламного рынка, генерирования идей для рекламных кампаний и рекламной продукции

6. Общая трудоемкость дисциплины

9 зачетных единиц (324 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.), экзамен (5 сем.), диф. Зачет (6 сем.).

Связи с общественностью в экономике

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Связи с общественностью в экономике» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Дать целостное представление о сущности современного информационного общества и экономики эпохи интернета, движущей силой являются информационно-коммуникационные технологии с одной стороны и технологии социальной коммуникации, в первую очередь связей с общественностью.

3. Краткое содержание дисциплины

Взаимосвязь развития коммуникационной сферы в политике и экономике. Первые примеры ПР в развитой индустриальной экономике. Место ПР как социальной практики в новой России.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норма регулирования (ОПК-5);
- способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникативные технологии (ОПК-6);
- способность организовать работу по созданию и редактированию контента(ПК-7);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- принципы организации эффективных рекламных кампаний в сфере бизнеса;
- понимать взаимосвязь рекламы с другими бизнес-процессами коммерческих компаний.

Уметь:

- осуществлять планирование рекламных кампаний с учётом характеристик целевой аудитории, исследовательских данных;

- составлять брифы на изготовление рекламной продукции;
- ориентироваться в преимуществах и недостатках различных медиа как средств распространения рекламы.

Владеть:

- навыками оценки эффективности рекламных кампаний и рекламной продукции, взаимодействия с различными участниками рекламного рынка, генерирования идей для рекламных кампаний и рекламной продукции

6. Общая трудоемкость дисциплины

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (5 сем.).

Организация проектов в области продвижения продукции СМИ

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Организация проектов в области продвижения продукции СМИ» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Формирование целостной системы представлений о визуальной стороне рекламных коммуникаций и технологий по связям с общественностью.

3. Краткое содержание дисциплины

Визуальные коммуникации в системе маркетинговых коммуникаций. Особенности визуального восприятия рекламы. Мотивы использования визуальных образов в рекламе: привлечение внимания, закрепление в памяти, укрепление убеждения, рассказ интересных историй, быстрое осуществление коммуникаций, фиксация ассоциаций. Язык визуальной коммуникации (изображения, знаки, образы, типографика, инфографика). Визуальные аспекты PR-текста и их функции. Визуальные коммуникации и визуальный контент.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность организовать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ (ПК-5);
- способность разработать маркетинговую стратегию для продукции СМИ (ПК-6);
- способность организовать работу по созданию и редактированию контента (ПК-7);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- особенности создания визуального образа;
- социально-психологические и коммуникативные факторы визуального восприятия;
- визуальные коммуникации в системе маркетинговых коммуникаций;

Уметь:

- формировать целостное представление о мотивах использования визуальных коммуникаций;
- провести анализ визуального контента с позиций рекламных и PR-коммуникаций;
- обосновать достоинства и недостатки средств визуальной коммуникации;

Владеть:

- навыками формирования визуального контента;

6. Общая трудоемкость дисциплины

4 зачетные единицы (72 часа)

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (5 сем.).

Дизайн и графические программы в рекламной деятельности

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Дизайн и графические программы в рекламной деятельности» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

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».

3. Краткое содержание дисциплины

Теория и методологии дизайна, современные методы разработки рекламного дизайн-проекта, методология деятельности при разработке объектов дизайна, последовательность разработки дизайн-проекта, современные методы дизайнпроектирования, концептуальный дизайн-проект, его особенности и роль в общей системе дизайн-проектирования.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникативные технологии (ОПК-6);
- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- основные аспекты создания визуальной рекламы, приемы и принципы ее образной выразительности, художественные средства рекламной дизайн-графики;

Уметь:

- использовать основные аспекты графической визуализации в дизайн проектировании рекламы;

Владеть:

- навыками мышления графического дизайнера при проектировании рекламной

дизайн-графики.

6. Общая трудоемкость дисциплины

5 зачетных единиц (180 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.), экзамен (6 сем.).

Выпуск аудиовизуальной продукции (в сфере рекламы и связей с общественностью)

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Выпуск аудиовизуальной продукции» включена в обязательную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое 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 двухмерной 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 TimeLineРабота 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);
- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные виды, средства, формы коммуникаций;
- основные виды

аудиовизуальной коммуникации; основные виды рекламной продукции

Уметь:

- ориентироваться в средствах массовой коммуникации, интерпретировать рекламные медиатексты, составлять различные виды аудиовизуальной продукции, составлять концепции специальных PR-мероприятий.

Владеть:

- традиционными и современными технологиями, навыками работы с Пр-текстами, навыками компьютерного дизайна, навыками работы с Интернет-технологиями;

6. Общая трудоемкость дисциплины

5 зачетных единиц (180 часов).

7.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (5-6 сем.).

Антикризисный PR

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

2. Цель освоения дисциплины

Цель учебной дисциплины «Антикризисный PR» - формирование у будущих бакалавров системы базовых знаний и навыков целостной системы представлений об антикризисных мероприятиях PR, субъектах антикризисной деятельности и их функциях, базовых процессах и технологиях, обучение основным навыкам планирования, оценки, формам и методам взаимодействия с целевыми аудиториями и медиаторами коммуникаций.

3. Краткое содержание дисциплины

Кризис: представления, симптомы. Типология кризисов. Паблик рилейшнз в управлении кризисом. Понятия и принципы антикризисного PR. Содержание антикризисного PR. Основные функции, стратегии и содержание деятельности PR и рекламных служб в различных фазах кризиса. Особенности связей с общественностью в кризисных ситуациях. Паблик рилейшнз в сфере взаимодействия со средствами массовой информации (СМИ) в кризисных ситуациях. Принципы и методы организации антикризисного PR.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- способность к поиску информации по тематике сайта (ПК-1);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);
- способность организовать работу по созданию и редактированию контента (ПК-7);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы проведения антикризисных и PR-кампаний;
- этапы подготовки, планирования, реализации, оценки эффективности кампаний в антикризисных условиях;
- способы анализа результатов проведенных мероприятий;
- способы сравнительного анализа антикризисных PR-кампаний;
- особенностей антикризисных и PR-кампаний в различных сферах общественной жизни;
- механизм взаимодействия организации с представителями ее внутренней и внешней среды;

Уметь:

- разрабатывать планы организации антикризисных и PR-кампаний;
- осуществлять эффективную коммуникационную деятельность в ходе проведения событийных антикризисных мероприятий;
- анализировать полученные результаты и представлять их в виде отчетов;
- планировать бюджет проводимых антикризисных мероприятий;
- использовать основные приемы и инструменты паблик рилейшнз в подготовке материалов для размещения в СМИ участия в пресс-конференциях, презентациях, исследовательской работе;
- практически использовать методы антикризисного PR в современных российских условиях;

- Владеть:
- технологиями организации антикризисных и PR-кампаний;
- навыками предпосылок становления и развития, направления и формы реализации антикризисного PR;
- навыками реализации принципов успешной самопрезентации;
- навыками содержания и методов антикризисного PR методов ведения деловой коммуникации;
- навыками использования опыта антикризисного PR в практической деятельности российских организаций, находящихся в кризисном состоянии.

6. Общая трудоемкость дисциплины
5 зачетных единиц (180 часов).

7. Форма контроля
Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.), экзамен (6 сем.).

ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

История Бурятии

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «История Бурятии» включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: получить представление об основных этапах становления и развития региона с древнейших времен и до наших дней, выявление общих закономерностей и национально-культурных особенностей. История Бурятии является частью «Отечественной истории».

3. Краткое содержание дисциплины.

Антропогенез на территории Бурятии. Палеолит, мезолит, неолит, бронзовое время. Древние государства на территории 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 Буринского 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. Социальноэкономическое 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. Бурятии 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-7);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- общую закономерность развития региона во взаимосвязи с мировым историческим процессом, особенностями развития культуры, политической истории региона.

Уметь:

- выявлять исторические особенности региональной истории.

Владеть:

- методикой научных исследований.

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (1 сем.).

Бурятский язык

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Бурятский язык» включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины состоят в формировании у студентов коммуникативной компетенции, способности и готовности осуществлять непосредственное общение (говорение, понимание на слух) и опосредованное общение (чтение с пониманием текстов, письмо).

3. Краткое 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: бэшэ. Слова-предложения: тиимэ, бэшэ. Структура бурятского предложения. Родительный 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 –хэн. Наречие образа действия. Причастный оборот времени.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках (УК-4);
- способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы фонетики и грамматики бурятского языка; лексический минимум в объеме 1000 лексических единиц;

Уметь:

- понимать на слух бурятскую речь, построенную на программном материале и адекватно реагировать на нее; участвовать в общении с одним или несколькими собеседниками с целью обмена информацией, логично и последовательно высказываться
- выступать перед аудиторией по заданной или самостоятельно выбранной теме;
- выразительно читать вслух и наизусть;

Владеть:

- культурой мышления, быть способным к восприятию, анализу и обобщению информации,
- навыками саморазвития;
- основами межкультурной коммуникации в сфере повседневного общения.

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.).

Экология

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Экология» включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: ознакомление с основными понятиями экологии, формирование представлений о ноосфере и экосистемах, причинах экологических проблем и формах их устранения.

3. Краткое содержание дисциплины

Экология - наука о взаимоотношении живых организмов с неживой средой их обитания. Задачи экологии: разработка научных концепций охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов, наблюдение за изменением состояния окружающей среды в результате антропогенного воздействия, контроль состояния окружающей среды – экологический мониторинг. Биосфера и человек: структура биосферы, экосистемы, взаимоотношения организма и среды, экология и здоровье человека; глобальные проблемы окружающей среды, экологические принципы рационального использования

природных ресурсов и охраны природы; основы экономики природопользования; экозащитная техника и технологии; основы экологического права, профессиональная ответственность; международное сотрудничество в области охраны окружающей среды. Ноосфера. Экосистема. Основные загрязняющие вещества и источники загрязнения гидросферы. Способы очистки. Формула для расчета кратности разбавления сточных вод в водоеме. Глобальные проблемы экологии. Причины загрязнения водоемов. Способы очистки от железной окарины и нефтепродуктов.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- основы общей экологии; экологические проблемы окружающей среды; основы экологии человека;
- экологическое законодательство;
- основы рационального природопользования;
- о глобальных экологических опасностях Земли.

Уметь:

- анализировать вредные и опасные факторы окружающей среды; делать некоторые расчёты по экологической оценке гомосферы;
- обеспечивать экологическую безопасность индивидуального здоровья;
- анализировать последствия техногенной деятельности для биосферы Земли.

Владеть:

- определить величину экономического ущерба от загрязнения окружающей среды;
- установить причины, степень опасности и возможное развитие экологической ситуации;
- определить оптимальные инженерные мероприятия и выбрать технические средства для разрешения кризисных экологических ситуаций;
- обосновать мероприятия по рациональному природопользованию;
- обосновать и рассчитать эколого-экономическую эффективность природоохранных мероприятий.

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

Логика и теория аргументации

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Логика и теория аргументации» включена в вариативную часть блока Б1.

2. Цели освоения дисциплины

Формирование культуры мышления у студентов, развитие природных возможностей их мыслительной деятельности, повышение творческого потенциала.

3. Краткое содержание дисциплины

Мышление как предмет изучения логики. Понятие о логической форме и логическом законе. Язык как знаковая система. Семантические категории. Понятие как форма мышления. Основные характеристики понятия. Отношения между понятиями по объему и содержанию. Логические операции с понятиями. Различие и деление доказательств. Опровержение и его виды. Правила и ошибки в доказательстве и опровержении. Полемика и ее виды. Умозаключение как форма мышления, структура умозаключения. Дедуктивные и недедуктивные умозаключения. Простой категорический силлогизм. Сложные и сокращенные силлогизмы. Условные умозаключения. Разделительные умозаключения. Лемматические умозаключения. Индуктивные умозаключения и их виды. Умозаключения по аналогии: структура, виды.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах) (УК-4);
- способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- предмет логики, основные этапы развития логики, основные законы логики, общую характеристику основных логических форм (понятия, суждения, умозаключения), основы теории аргументации и полемики, логические формы развития знания.

Уметь:

- осуществлять логические операции с понятиями и суждениями, осуществлять непосредственные и опосредствованные умозаключения, восстанавливать сокращенные умозаключения

Владеть:

- навыками построения правильных умозаключений, умением отделять правильные умозаключения от неправильных, выявлять и анализировать структуру доказательств, формировать тактику и стратегию ведения спора.

6. Общая трудоемкость дисциплины
2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля
Промежуточная аттестация – зачет (4 семестр).

Экономическая статистика

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Экономическая статистика» включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: ознакомление студентов с системой статистических показателей, отражающих состояние и развитие явлений и процессов общественной жизни; выработка у них навыков социально-экономического статистического анализа.

3. Краткое содержание дисциплины

Предмет, метод и задачи социально-экономической статистики. Связь теории статистики и социально-экономической статистики. Основные группировки и классификации в социально-экономической статистике. Статистика населения. Состав, структура, движение населения. Экономически активное население и его роль в экономике. Статистика доходов и уровня жизни. Дифференциация доходов населения в статистике. Социально-демографическая статистика. Статистика социального развития. Статистика рынка труда. Статистика использования рабочего времени. Статистика производительности труда. Статистика оплаты труда и издержек на рабочую силу. Статистика предприятия. Изучение основного, оборотного капитала, инвестиций. Статистика национального богатства. Система национальных счетов и макроэкономические показатели производства продукта. Статистика издержек производства и обращения продукта. Статистика социальной сферы (по отраслям). Статистика государственных финансов. Статистика финансов предприятий и организаций. Статистика денежного обращения и кредита. Статистика цен. Статистика внешнеэкономических связей и платежного баланса. Обобщающие статистические показатели финансового положения страны

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- основные понятия, категории и инструменты социально-экономической статистики;
- систему статистических показателей, отражающих уровень развития экономики РФ;
- современную организацию государственных органов статистики;
- методологию исчисления важнейших показателей, характеризующих различные стороны социально-экономического развития;

Уметь:

- применять на практике полученные теоретические знания;
- работать с базами статистических данных; использовать статистическую информацию при дальнейшем освоении общих и специальных экономических дисциплин;
- осуществлять выбор инструментов для обработки данных в соответствии с поставленной задачей;
- обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
- анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.

Владеть:

- методологией социально-экономического статистического исследования

- современными методами сбора, обработки, статистического анализа, построения прогнозных и индексных моделей

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (4 семестр)

Научно-исследовательский семинар

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Научно-исследовательский семинар» включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Основы научных исследований» состоит в формировании у обучающихся способность творчески мыслить, самостоятельно выполнять научно-исследовательские работы, анализировать и обобщать экономическую информацию.

2. Краткое содержание дисциплины

Наука и ее роль в развитии общества. Научное исследование и его этапы. Методологические основы научного знания. Понятие метода и методологии научного исследования. Планирование научно-исследовательской работы. Научная информация: поиск, накопление, обработка. Техническое и интеллектуальное творчество и его правовая охрана. Общие требования к научно-исследовательской работе.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

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

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

-способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норма регулирования (ОПК-5);

-способность организовать маркетинговые исследования в области СМИ (ПК-4);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- глобальные проблемы современности и необходимость их научного познания;
- иметь представление о научно-производственном цикле и месте фундаментальных и прикладных исследований в его обеспечении;

- основные этапы развития науки, ее структуру и классификацию;
- иметь представление о системе управления наукой в России и ее регионах;
- методы научных исследований и особенности их использования при решении проблем социально-экономического развития на макро, мезо и микро уровнях;
- нормативные документы о выполнении и оформлении научно-исследовательских работ;
- методы планирования, проведения, и обработки результатов экспериментальных исследований;

Уметь:

- уметь работать в пакетах прикладных программ по планированию и обработке результатов эмпирического этапа при проведении научных исследований;

Владеть:

- навыками проведения информационного поиска, в том числе в Интернете;
- информацией об изобретательской деятельности, охране интеллектуальной собственности;
- владеть целостным представлением о планировании научного исследования, возможностях интерпретации основных понятий, о методологии научного знания, а также понятиях метод, способ и методика.

6. Общая трудоемкость дисциплины
2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля
Промежуточная аттестация – зачет (8 семестр)

Элективные курсы по физической культуре

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре» включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: направленное использование разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

3. Краткое содержание дисциплины.

Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-7);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- знание целей и задач общей физической подготовки и специальной подготовки в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
- структуру подготовленности спортсмена: техническая, физическая, тактическая, психическая подготовка;
- зон и интенсивности физических нагрузок;
- структуры и направленности учебно-тренировочного занятия;
- знание современных популярных систем физических упражнений;
- понятия профессионально-прикладной физической подготовки (ППФП), ее цели, задач и средств;
- методики подбора средств ППФП;
- форм и содержания самостоятельных занятий;
- границ интенсивности нагрузок в условиях самостоятельных занятий у лиц разного возраста;
- содержания производственной физической культуры;
- особенностей выбора форм, методов и средств физической культуры и спорта в рабочее и свободное время специалистов;
- влияния индивидуальных особенностей, географо-климатических условий и других факторов на содержание физической культуры специалистов, работающих на производстве;
- профессиональных факторов, оказывающих негативное воздействие на состояние здоровья специалиста избранного профиля.

Уметь:

- реализовывать духовные, физические качества в различных сферах жизнедеятельности человека;
- реализовывать потенциальные возможности в умениях, навыках физических способностях;
- подбирать системы физических упражнений для воздействия на определенные функциональные системы организма человека;
- дозировать физические упражнения в зависимости от физической подготовленности организма;
- оценивать функциональное состояние организма с помощью двигательных тестов и расчетных индексов;
- использовать различные системы физических упражнений в формировании здорового образа жизни;
- применять принципы, средства и методы физического воспитания;
- подбирать и применять средства физической культуры для освоения основных двигательных действий;
- оценивать уровень развития основных физических качеств с помощью двигательных тестов и шкал оценок; использовать средства физической культуры и спорта для формирования психических качеств личности;
- использовать средства физической культуры для общей физической и специальной подготовки в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
- самостоятельно выбирать виды спорта или систему физических упражнений для

укрепления здоровья;

- использовать методы и средства физической культуры и спорта в рабочее и свободное время;
- использовать средства и методы профилактики травматизма на производстве.

Владеть:

- навыками здорового образа жизни, способами сохранения и укрепления здоровья;
- различными системами физических упражнений;
- методическими принципами физического воспитания, методами и средствами физической культуры;
- средствами освоения основных двигательных действий;
- основами общей физической и специальной подготовка в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
- самостоятельно выбирать виды спорта или систему физических упражнений для укрепления здоровья;
- основами профессионально-прикладной физической подготовки, основами методики самостоятельных занятий.

6. Общая трудоемкость дисциплины

360 часов

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (1-5 сем.).

Аннотации дисциплин модуля «Филология»

Практикум по русскому языку: орфография и пунктуация

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Практикум по русскому языку: орфография и пунктуация» включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Практикум по русскому языку» является повышение уровня практического владения современным русским литературным языком в различных сферах его функционирования

3. Краткое содержание дисциплины

Орфография как наука. Принципы русской орфографии. Пунктуация как наука. Принципы русской пунктуации.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

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

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- основные понятия и термины орфографии, ее внутреннюю стратификацию, понимать сущность и значение орфографических знаний, научные основы орфографии;

Уметь:

- применять на практике базовые навыки правописания, сбора и анализа фактов языка в аспекте орфографии;

Владеть:

- основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, навыками работы с информацией в глобальных компьютерных сетях;

6. Общая трудоемкость дисциплины

5 зачетных единиц (180 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (1 сем.).

История мировой литературы и искусства

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «История мировой литературы и искусства» включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: 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.

3. Краткое содержание дисциплины.

Искусство как феномен культуры. Роль искусства в жизни человека, в развитии человеческого общества и преобразовании окружающей действительности. Научное понимание происхождения искусства. Первобытный синкретизм. Причины появления различных видов искусств. Классический период: формирование основных принципов античного искусства. Христианская картина мира. Понятия —средневековье, —средневековая литература. Классицизм. Живопись (Н. Пуссен). «Правило трех единств» в эстетике драматургии классицизма. Классицистическая трагедия и комедия. Становление и развитие новых жанров. Романтизм в живописи,

архитектуре, музыке. Символизм как новое мироощущение. Литература символизма. Импрессионизм и постимпрессионизм. Русская литература и ее влияние на развитие западноевропейских литератур в XX веке. Осмысление последствий второй мировой войны в западной литературе второй половины XX в. Научно-техническая революция и литература. Развитие научной фантастики (Р. Бредбери, С. Лем). «Потребительское общество» и литература. Массовая культура. Вклад японской и латиноамериканской художественной словесности XX века в литературный процесс эпохи.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- основные философские, эстетические воззрения различных литературных и культурных эпох;
- жизнь и творчество выдающихся художников слова;
- основные понятия и термины, характеризующие литературные процессы разных периодов.

Уметь:

- рассматривать литературный процесс в контексте эпохи;
- выявлять закономерности литературного процесса эпохи, рассуждать о них;
- понимать национальную специфику каждой из изучаемых литератур и выделять межлитературные связи;
- использовать современную терминологию;
- анализировать художественную структуру произведений, творческие системы писателей;
- отличать и выделять явления различной эстетической природы;
- определять широкий культурологический контекст произведений художественной литературы;
- пользоваться справочной и критической литературой;
- реферировать и конспектировать критическую литературу;
- самостоятельно изучать отдельные вопросы, не получившие отражения в курсе лекций.

Владеть:

- основами методами и приемами анализа литературного текста;

6. Общая трудоемкость дисциплины.

5 зачетных единиц (180 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (1 сем.).

Практическая стилистика и редактирование рекламных текстов

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Практическая стилистика и редактирование рекламных текстов» включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

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

3. Краткое содержание дисциплины.

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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) коммуникативные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);
- способность организовать работу по созданию и редактированию контента (ПК-7);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- основные направления развития теории русского языка на современном этапе;
- основные методы анализа теоретических основ предмета «Русский язык»;
- структуру и содержание предмета;
- формы и методы преподавания предмета;
- основные тенденции развития инновационных образовательных технологий.

Уметь:

- моделировать образовательные системы (программы; уроки; олимпиады; технологии и т.д.);
- интерпретировать научно-методическую информацию в нужном контексте;
- проводить рефлексию собственной самообразовательной деятельности;
- анализировать различные методические системы и обобщать результаты анализа;
- организовывать и управлять образовательным процессом на практике.

Владеть:

- свободно проектной деятельностью,
- основными образовательными технологиями;

6. Общая трудоемкость дисциплины.

6 зачетных единиц (216 часов).

7. Форма контроля.

Основы психолингвистики

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Основы психолингвистики» входит в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы психолингвистики» является ознакомление студентов с основными направлениями современной психолингвистики и ее понятийным аппаратом, исследование специфики отражения психических механизмов в языковых структурах и демонстрация возможности использования психолингвистического знания в проблемных областях современной коммуникации.

3. Краткое содержание дисциплины.

Психолингвистика как наука интегративного типа о теориях речевой деятельности. Отличительные черты и понятийный аппарат психолингвистики. Направления психолингвистических исследований. История психолингвистических идей до возникновения психолингвистики. Современные школы психолингвистики. Методы психолингвистических исследований, методы изучения речи. Наблюдение и эксперимент в научном исследовании. Ассоциативный подход к изучению значения слова. Другие эксперименты по выявлению концептуально-семантических особенностей лексикона. Анатомофизиологические механизмы речи. Основные принципы нейрофизиологии речи. Функциональная организация мозга. Цельность восприятия, категоризации и воспроизведения информации. Порождение и восприятие речи. Модели порождения речи психолингвистики «первого поколения». Особенности понимания процессов коммуникации в трансформационистской психолингвистике «второго поколения». Психолингвистика в 70-е-90-е годы. Модели порождения речи психолингвистики «третьего поколения». Современная психолингвистика. Внешняя речь как продукт мыслительнопознавательной деятельности. Изолированность формального знака и мыслительного деятельности. Речь как средство экспликации переживаемой значимости. Онтогенез речевой деятельности. Особенности развития и становления мышления и речи в онтогенезе. Подходы к изучению языкового общения. Проблема участия речи в различных видах мышления. Малая и большая программы коммуникации. Патология речи. Причины патологии речи. Первичные и вторичные нарушения. Классификация афазии. Дискурс как материал психолингвистического исследования. Дискурс как процесс и как результат речевой деятельности. Дискурсивный анализ. Этнографический протокол ситуации.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

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

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- базовые понятия психолингвистики,

- современные психолингвистические теории,
- иметь представление об этапах развития психолингвистики и её связи с другими лингвистическими дисциплинами;

Уметь:

- идентифицировать соответствующие психо-эмоциональные причинно-следственные связи, определяющие структуру и состав внешней речи;

Владеть:

- навыками интерпретации лингвистических явлений с учетом психологических особенностей говорящего и когнитивных закономерностей речемышления;

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (7 сем.).

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

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Мастер-класс “Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью”» включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);
- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);
- способность организовать работу по созданию и редактированию контента (ПК-7);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- основы создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, литературного редактирования, копирайтинга;

Уметь:

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

- стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;
- организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

Владеть:

- культурой мышления, обобщения, анализа, восприятия информации;
- основами речи, приемы убеждения;

6. Общая трудоемкость дисциплины.

5 зачетных единиц (180 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (7-8 сем.).

Аннотации дисциплин модуля «Коммуникология»

Основы теории коммуникации

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Основы теории коммуникации» входит в вариативную часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины

Сформировать представления об основных положениях теории коммуникации, научить применять полученные знания в процессе теоретической и практической деятельности, заложить основы коммуникативной компетентности будущих специалистов.

3. Краткое содержание дисциплины

Методологические вопросы теории коммуникации. Теория коммуникации как наука: предмет и основные методы, изучения, истоки, основные этапы развития. Коммуникативная компетентность филолога. Коммуникационный процесс: структурные модели, основные элементы. Коммуникативные барьеры и коммуникативные неудачи. Виды коммуникации: вербальная и невербальная. Невербальная коммуникация в семиотическом аспекте. Виды профессионально ориентированной коммуникации. Формы коммуникации. Уровни коммуникации. Коммуникация как объект изучения филологии. Коммуникативный (речевой) акт и его составляющие в концепции Дж. Остина. Типология речевого воздействия. Коммуникативные стратегии и тактики как реальность речевого общения. Типы речевых стратегий. Речевая тактика и коммуникативные ходы. Коммуникативный кодекс, его критерии. Максимумы Грайса. Коммуникативный акт и референция. Коммуникативная интенция. Лингвистическое и пострурналистское понимание дискурса. Дискурс и текст.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и

экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норма регулирования (ОПК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- природу и сущность социальных коммуникаций как систему, виды коммуникаций в современном обществе и их эволюцию, функции и роли коммуникации;

Уметь:

- соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой,
- прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесс;
- использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям;

Владеть:

- навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации;

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы (108 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (2сем.)

Социология массовых коммуникаций

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» входит в вариативную часть блока Б1.

2. 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.

3. Краткое 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 СМК с социальной структурой. Функции СМК 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 МК 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.Маклюен 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.Мертона в восприятии информации. Эффект первичности сообщения. Принципы моделирования мира, используемые МК для повышения эффекта коммуникации: апелляция к обыденному опыту, оппозиция «уникальность – традиционность», принцип дискуссионности, обращение к конкретным авторитетам, воссоздание механизма обратной связи. Три этапа действия МК: 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 МК. Исследования теле- и аудио- аудитории учеными Тартуского и Ленинградского университетов. Работы В. Ядова, Ю. Левады, Б.Грушина. Современные российские центры «медиаметрических» исследований: ВЦИОМ, Фонд «Общественное мнение»,

РОМИР, Гэллап-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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);

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

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- особенности проведения социологических исследований в сфере связей с общественностью;
- уметь организовывать и проводить научные исследования в области PR, рекламы, политического маркетинга;
- основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ, уметь использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов;
- современное состояние и тенденции развития массовой коммуникации как социокультурного явления;

Уметь:

- иметь навыки по оценке эффективности PR- посланий, имиджа, рекламных сообщений,
- использовать социологические и психологические способы изучения механизмов восприятия сообщений массовой коммуникации;
- эффективно использовать методику и технику проведения количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения и оценки PR и рекламных кампаний;

Владеть:

- владения компьютерными методами сбора, обработки и хранения информации в т.ч. уметь использовать специализированные математические программы по обработке социологической информации;
- владеть методами классификации средств и форм массовой коммуникации, знать принципы и правила выбора оптимальных носителей PR-сообщений и рекламы и каналов распространения информации с учетом целей и задач рекламных кампаний и PR-мероприятий;

6. Общая трудоемкость дисциплины

4 зачетных единиц (144 часа).

7. Форма контроля.

Психология массовых коммуникаций

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» входит в вариативную часть блока Б1.

2. 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.

3. Краткое содержание дисциплины

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 база 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 СМК. 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 массовидных 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

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

-способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- психологические механизмы, предопределяющие особенности функционирования СМИ в историческом аспекте и на современном этапе;
- собственно психологические и социально-психологические функции журналистики, рекламы и связей с общественностью, параметры и принципы формирования медиареальности;
- принципы информационной психологической безопасности;
- этапы процесса восприятия медиаинформации и его специфичность по отношению к различным типам СМИ;

Уметь:

- выявлять и объективировать факторы, препятствующие адекватному восприятию информации и поддающиеся контролю со стороны журналиста;
- механизмы и каналы воздействия медиасообщений – универсальные и специфические для представителей разных групп аудитории;
- позитивные и негативные эффекты медиавоздействия;
- особенности личности журналиста и ее адаптации к конкретным условиям деятельности;

Владеть:

- механизмами активации воображения в собственном творчестве, компетентной оценки собственных материалов с позиций психологической безопасности;

6. Общая трудоемкость дисциплины

5 зачетных единиц – (180 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (5 сем.).

Теория и практика массовой информации

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» входит в вариативную часть блока Б1.

2.Целями освоения дисциплины

Являются помочь студентам ориентироваться в достаточно плотном, пестром и неустойчивом современном информационном пространстве, учитывать аудиторные потребности и психологию восприятия той или иной группой читателей.

3. Краткое содержание дисциплины

Типология современных СМИ. Масс медиа России и их политика. Перспективные модели развития типологических групп СМИ. Деловая политика редакций. Планирование работы редакций. Организация нового издания.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникативных продуктах (ОПК-2);
- способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норма регулирования (ОПК-5);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);
- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- историю возникновения и развития журналистики;
- особенности функционирования современных зарубежных и отечественных СМИ;
- социальные роли и функции журналистики;
- место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций;
- особенности технических средств массовой коммуникации;
- основные положения теории и практики массовой информации;
- социально-политические, информационные и материально-технические предпосылки возникновения, развития и совершенствования журналистики;

Уметь:

- применять в практической деятельности специалиста по связям с общественностью произведения журналистского творчества;
- осуществлять постоянное взаимодействие и поддерживать контакты с представителями СМИ, знакомить их с официальными решениями и приказами руководства организации; следить за своевременным распространением информационного материала о деятельности организации;

Владеть:

- владения журналистского творчества;
- основами законодательства о СМИ, рекламе и деятельности структур связей с общественностью;
- профессионально-этическими нормами и правилами журналистской деятельности;
- формами взаимодействия СМИ и служб связей с общественностью, осознавая сущность, структуру и условия функционирования информационного рынка;
- основами планирования работы редакции и организации нового издания;

6. Общая трудоемкость дисциплины

7 зачетных единиц – (252 часа).

7.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (2-3 сем.).

Дисциплины (модули) по выбору

Социология

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Социология» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Дать студентам необходимый объем как теоретических, так и практических знаний в области социологии. Раскрыть принципы соотношения методологии и методов социологического знания, ознакомить с методикой проведения социологических исследований.

3. Краткое содержание дисциплины

Специфика социологического видения мира. Объект социологии. Дискуссии о предмете социологии. Социологическое воображение. Законы и основные парадигмы социологии. Структура и уровни социологического знания. Макро- и микросоциология. Методы социологии. Теория и эмпирия как два основных методологических подхода в социологическом познании. Функции социологии. Место социологии в системе общественных и гуманитарных наук. Социально-философские предпосылки социологии как науки. О. Конт — родоначальник социологии. Развитие социологических теорий во взглядах Г. Спенсера (органическая школа). Вклад Э. Дюркгейма в развитие социологии. Теория социального конфликта, смены общественных формаций и классов К. Маркса. Значение М. Вебера для мировой социологии: методология научного исследования, теория социального действия, идеальные типы. Основные направления современной западной социологии. Структурный функционализм Т. Парсонса и Р. Мертона. Теория социального конфликта (Р. Дарендорф, Л. Козер). Символический интеракционизм (Дж. Мид, Г. Блумер, А. Роуз, Т. Стоун). Феноменологическая социология (А. Шюц, П. Бергер, Г. Гарфинкель). Теории социального обмена (Дж. Хоманс, П. Блау). Общество как социокультурная система. Механизмы функционирования общества как целостности. Социальные связи, социальное взаимодействие и социальные отношения. Структура социальной системы. Характеристика основных подсистем общественной жизни: экономической, социальной, политической, духовной. Развитие общества. Типологии общества. Основные понятия «система» и «структура» и их соотношение. Основные признаки общества. Важнейшие подсистемы общества. Исторические типы обществ. Объективные закономерности функционирования и развития общества как социокультурной системы. Общество и государство. Государство как часть общества. Гражданское общество. Человек, индивид, личность. Социологический подход к личности. Личность как социальный тип. Общественное и индивидуальное в личности. Зависимость личности от общества и автономия личности. Концепции личности. Теории личности З. Фрейда, Л. Колберга, Л.С. Выготского. К. Юнга. Теория Ч. Кули, Дж. Мида. Социально-исторические типы личности. Типология личности. Социальный статус и его структура. Статусный набор. Иерархия статусов. Социальная роль. Концепция социальной роли Дж. Мида. Классификация ролей Дж. Морено. Основные характеристики описания роли. Понятие ролевого набора. Проигрывание, построение и принятие ролей. Ролевая идентификация и ролевое дистанцирование.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);

- способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- структуру социологического знания, соотношение социологии с другими науками;
- предысторию и социально-философские предпосылки социологии как науки, основные этапы ее становления и развития, основные направления современной социологической науки;
- системный подход к анализу общества, теории развития общества, социальных изменений;
- социологические концепции личности, понятия социального статуса и социальной роли, основные этапы и агенты социализации личности;
- роль социальных институтов в жизни общества, их функции и дисфункции;
- понятия социальной структуры и социальной стратификации общества, виды социальной мобильности;
- особенности методов сбора информации и процедуры социологического исследования;

Уметь:

- анализировать современные социальные проблемы, выявлять причины и прогнозировать тенденции их развития;
- составлять программы проведения микро- и макросоциологических исследований, разрабатывать инструментарий, обрабатывать эмпирические данные;
- работать с источниками информации: социально-политической, научной и публицистической литературой и библиографией, периодикой, статистическими источниками, материалами эмпирических исследований;

Владеть:

- применять полученные теоретические знания на практике и использовать социологическую информацию в своей деятельности, осмысливать общественные явления и ориентироваться в них;

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.).

Политология

1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Политология» входит в вариативную часть образовательной программы Б1. Как дисциплина по выбору

2. Цели освоения дисциплины

Формирование у студентов способности анализировать реальные политические процессы и активно участвовать в строительстве новых, гуманных и цивилизованных отношений между гражданами.

3. Краткое содержание дисциплины

Политика и наука о политике. Политика: сущность, происхождение и основные черты. Основные трактовки понятия политики. Предмет и содержание политологии. Методы политологического исследования. Функции политологии. Роль и место политики в жизни современных обществ. История становления и развития политической мысли. Политическая мысль античности и средневековья. Политическая мысль нового времени. Основные направления современной политологии. Российская политическая традиция. Власть в системе политических отношений. Субъекты и объекты политики. Основные подходы к определению власти. Структурные компоненты власти: субъект и объект, ресурсы и процесс. Легитимность власти и ее типы. Политическая власть. Политическая система общества и политический режим. Политические режимы и их типология. Тоталитаризм, авторитаризм и демократия. Особенности современной западной демократии и политического режима современной России. Политическая система. Государство как институт политической системы общества. Сущность, признаки функции и происхождение государства. Государственный суверенитет. Формы государственного правления и территориального устройства.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);

5. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- основные понятия, концептуальные и теоретические подходы к исследованию политики, политического процесса, условий и факторов, влияющих на характер политического режима, роли различных субъектов политики в процессе управления и принятия важнейших решений, особенности политического развития России и ее места в мире;

Уметь:

- раскрыть основные вопросы, связанные с политическим развитием современного общества, роли и места Российской Федерации в мировом развитии;
- уметь использовать полученные знания при анализе социально-политических процессов, явлений, особенно связанных с формированием новых политических институтов в период модернизации политической системы нашей страны;

Владеть:

- способностью применять полученные знания на практике и в профессиональной деятельности;

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетных единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.).

Риторика

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Риторика» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое 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, завершённая модель речевой деятельности, описывающая полный идиоречевой 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-стил). 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 исключённого 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

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

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- основные понятия ораторского искусства;
- основные законы, принципы и правила эффективного общения;
- основы аргументации;

закономерности использования риторических приемов и выразительных средств языка в различных сферах речевой деятельности;

- правила ведения конструктивного спора;

основные приемы речевого манипулирования общественным сознанием и приемы их нейтрализации;

- риторические каноны;

Уметь:

- ориентироваться в различных языковых ситуациях,
- адекватно реализовывать свои коммуникативные намерения;
- анализировать и оценивать степень эффективности общения;
- формулировать (осознавать и узнавать) основные и дополнительные речевые интенции коммуникантов; преодолевать барьеры общения; вести дискуссию в соответствии с принципами и правилами конструктивного спора;

- создавать речевые произведения с учетом особенностей ситуации общения;

Владеть:

- навыками анализа и совершенствования исполнения (произнесение) текста;
- выявления приемов речевого манипулирования;
- навыками риторического анализа своей и чужой речи;
- навыками продуцирования текстов конкретных речевых жанров;

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетных единицы (108 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

Основы научной и деловой речи

1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы научной и деловой речи» входит в вариативную часть блока Б1. как дисциплина по выбору

2. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины – повышение общей речевой культуры студентов, совершенствование владения нормами устной и письменной форм русского литературного языка в научной и деловой сферах. Курс должен основываться на уже пройденной студентами дисциплине «Русский язык и культура речи» и быть ее логическим продолжением.

3. Краткое содержание дисциплины

Предложить студентам лингвистические устные и научные формы и официально-деловой речи. Логические построения научного и делового текста. Систематизировать умело информации по газетам и журналам.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

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

5. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- лингвистические и экстралингвистические характеристики письменной и устной форм научной и официально-деловой речи;
- логико-композиционные законы построения научного и делового текста и его формально-семантическую структуру;

Уметь:

- создавать устные и письменные тексты научного и официально-делового стилей современного русского литературного языка (например, реферат, аннотация, тезисы, доклад; например, заявление, служебное письмо, автобиография, резюме) в соответствии с нормативными требованиями;
- систематизировать и обобщать информацию для подготовки текстов различных жанров в научной и деловой коммуникации;

Владеть:

- основами реферирования, аннотирования научного текста;
- алгоритмом подготовки текстовых документов профессиональной сферы;
- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями с использованием современных образовательных технологий;

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетных единицы (108 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

Культурология

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Культурология» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Цель теоретического раздела курса - познакомить (в соответствии с проблемнохронологическим принципом изложения) слушателей с историей культурологической мысли, категориальным аппаратом данной области знания, раскрыть существо основных проблем современной культурологии. Цель исторического раздела – дать представление о специфике и закономерностях развития мировых культур.

3. Краткое содержание дисциплины

Предпосылки формирования культурологии. Культуроведческий блок наук. Фундаментальная и прикладная культурология. Историческая и теоретическая культурология. Место культурологии в системе наук. Культура первобытной эпохи. Ранние формы религии. Древнейшие цивилизации в истории человечества: Древний Египет, Древняя Индия, Древний Китай. Культура Месопотамии. Культура античности. Культура Средневековья. Культура эпохи Возрождения. Культура эпохи Просвещения. Культура 19 века. Культура 20 века. Особенности русской культуры. Культура бурят. Семиотика культуры: знак, его типы, знаковые системы. Типология культуры: формационный тип, национальная культура, этническая культура. Динамика культуры: культурогенез. Многообразие подходов к трактовке динамики культуры Типы религий: национальные религии (конфуцианство, даосизм, индуизм, иудаизм.) мировые религии, особенности вероучения, культа и практики. Смысл религиозного спасения. религия в современном обществе. Этноконфессиональная ситуация в бурятском регионе. Философия жизни, экзистенциализм. Психоаналитическая концепция культуры. Цивилизационный подход, герменевтика как способ трактовки текстов. Игровая концепция культуры. Философско-антропологический подход.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);

-способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- объектную и предметную области культурологии, ее место в системе наук о человеке, культуре и обществе; основные теоретические концепции культурологии;
- основные понятия культурологии;
- особенности национального характера различных народов;
- вопросы межкультурной коммуникации, типологии и динамики культуры;
- глобальные проблемы современности с точки зрения культурологии;

Уметь:

- узнавать характерные варианты культурной динамики;
- Классифицировать конкретные культуры по типам;
- использовать полученные знания в общении с представителями различных культур, учитывая особенности культурного, социального контекста;

Владеть:

- - культурой мышления, способностью в письменной и устной речи правильно и убедительно оформить результаты мыслительной деятельности; приемами и методами
- устного и письменного изложения базовых культурологических знаний; навыками
- использования полученных знаний в общении с представителями различных культур,
- учитывая особенности культурного, социального контекста;

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы (108 часа).

7.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.).

Этика

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Этика» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

Цель теоретического раздела курса - познакомить (в соответствии с проблемнохронологическим принципом изложения) слушателей с историей культурологической мысли, категориальным аппаратом данной области знания, раскрыть существо основных проблем современной культурологии. Цель исторического раздела – дать представление о специфике и закономерностях развития мировых культур.

3. Краткое содержание дисциплины

Предпосылки формирования культурологии. Культуроведческий блок наук. Фундаментальная и прикладная культурология. Историческая и теоретическая культурология. Место культурологии в системе наук. Культура первобытной эпохи. Ранние формы религии. Древнейшие цивилизации в истории человечества: Древний Египет, Древняя Индия, Древний Китай. Культура Месопотамии. Культура античности. Культура Средневековья. Культура эпохи Возрождения. Культура эпохи Просвещения. Культура 19 века. Культура 20 века. Особенности русской культуры. Культура бурят. Семиотика культуры: знак, его типы, знаковые системы. Типология культуры: формационный тип, национальная культура, этническая культура. Динамика культуры: культурогенез. Многообразие подходов к трактовке динамики культуры Типы религий: национальные религии (конфуцианство, даосизм, индуизм, иудаизм.) мировые религии, особенности вероучения, культа и практики. Смысл религиозного спасения. религия в современном обществе. Этноконфессиональная ситуация в бурятском регионе. Философия жизни, экзистенциализм. Психоаналитическая концепция культуры. Цивилизационный подход, герменевтика как способ трактовки текстов. Игровая концепция культуры. Философско-антропологический подход.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);

-способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- объектную и предметную области культурологии, ее место в системе наук о человеке, культуре и обществе; основные теоретические концепции культурологии;
- основные понятия культурологии;
- особенности национального характера различных народов;
- вопросы межкультурной коммуникации, типологии и динамики культуры;

- глобальные проблемы современности с точки зрения культурологии;

Уметь:

- узнавать характерные варианты культурной динамики;
- Классифицировать конкретные культуры по типам;
- использовать полученные знания в общении с представителями различных культур, учитывая особенности культурного, социального контекста;

Владеть:

- культурой мышления, способностью в письменной и устной речи правильно и убедительно оформить результаты мыслительной деятельности;
- приемами и методами устного и письменного изложения базовых культурологических знаний;
- навыками использования полученных знаний в общении с представителями различных культур, учитывая особенности культурного, социального контекста;

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы (108 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.).

Социальная реклама

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Социальная реклама» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины "Социальная реклама" является усвоение системы знаний в области рекламы как теоретической и прикладной дисциплины, основных этапов, школ и форм ее развития; особенностей российской социальной рекламы, а также современных методов и методик исследования общественных явлений и процессов, умения применять их на практике; а также формирование у будущих бакалавров в области рекламы способности осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста, общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления рекламной деятельности.

3. Краткое содержание дисциплины

Объект, предмет, методология и методы рекламной деятельности. Основные исторические этапы развития и современные школы социальной рекламы за рубежом и в России. Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы. Место и роль социальной рекламы в жизни современного общества. Особенности социальной рекламы. Социальная реклама в сети Интернет. Виды социальной рекламы. Средства распространения социальной рекламы. Содержание и формы социальной рекламы. Сущность и эффективность социальной рекламы.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

-способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) коммуникативные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);

- способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- теоретические и практические направления работы в области социальной рекламы;
- специфику производства и потребления социальной рекламы с точки зрения теории коммуникации;
- основные демографические факторы, влияющие на рекламную деятельность;

Уметь:

- осуществлять деятельность по проектированию и созданию социальной рекламы с учетом социальных условий региона;
- анализировать механизмы формирования и трансляции системы ценностей и социально одобренных стилей жизни посредством рекламного сообщения;

Владеть:

- различными способами обращения к целевой аудитории

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетных единицы (108 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.)

Реклама и связи с общественностью в политике

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в политике» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) коммуникативные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- структуру, функции, задачи и направления деятельности отделов по связям с общественностью государственных, промышленных, финансовых организаций;

Уметь:

- составлять положение о работе PR-службы или PR-отдела в государственных и общественных организациях; работать с законами и другими правовыми актами, а также с уставами и программами политических партий;
- проводить сравнительные исследования деятельности информационно-организационных структур, организующих и регулирующих общественные связи между субъектом и объектом государственного управления.

Владеть:

- методами анализа общественных процессов; навыками публичной и научной речи;
- принципами этического поведения;
- основными нормативными положениями;

6. Общая трудоемкость дисциплины
3 зачетных единицы (108 часа).

7. Форма контроля.
Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.).

Научный PR

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Научный PR» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

Дать представление о системе научных коммуникаций, используемых в продвижении и популяризации науки.

3. Краткое содержание дисциплины

Предназначение научных коммуникаций. Роль коммуникаций в решении задач организации. Роль коммуникаций в коммерциализации российской науки. Коммуникация, которая создает репутацию. Различные подходы к организации работы пресс-службы в научном и образовательном учреждениях. Правила работы с научными новостями. Популяризация науки через социальные сети. Продвижение науки посредством блогов, платформы YOUTUBE-канала. Научные исследования в области популяризации и PR-продвижения науки.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норма регулирования (ОПК-5);
- способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникативные технологии (ОПК-6);
- способность к поиску информации по тематике сайта (ПК-1);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);
- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-4);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- сущность, принципы и цели научной коммуникации и ее место в системе PR коммуникаций;
- о роли коммуникаций в решении задач организации;
- о роли коммуникаций в коммерциализации отечественной науки;
- о мировом опыте PR-продвижения науки;

Уметь:

- создавать новости на заданную научную тематику;
- работать с правилами создания научных новостей;
- создавать проекты по популяризации научных знаний;

Владеть:

- навыками создания и распространения научных новостей в социальных сетях, на платформах блогеров;
- навыками проектирования в области научного PR;

6. Общая трудоемкость дисциплины

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.).

Немедийные коммуникации

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Немедийные коммуникации» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

Дать представление о системе научных коммуникаций, используемых в продвижении и популяризации науки.

3. Краткое содержание дисциплины

Предназначение научных коммуникаций. Роль коммуникаций в решении задач организации. Роль коммуникаций в коммерциализации российской науки. Коммуникация, которая создает репутацию. Различные подходы к организации работы пресс-службы в научном и образовательном учреждениях. Правила работы с научными новостями. Популяризация науки через социальные сети. Продвижение науки посредством блогов, платформы YOUTUBE-канала. Научные исследования в области популяризации и PR-продвижения науки.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норма регулирования (ОПК-5);
- способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникативные технологии (ОПК-6);
- способность к поиску информации по тематике сайта (ПК-1);
- способность к написанию информационных материалов для сайта (ПК-2);
- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- сущность, принципы и цели научной коммуникации и ее место в системе PR коммуникаций;
- о роли коммуникаций в решении задач организации;
- о роли коммуникаций в коммерциализации отечественной науки;
- о мировом опыте PR-продвижения науки;

Уметь:

- создавать новости на заданную научную тематику;
- работать с правилами создания научных новостей;
- создавать проекты по популяризации научных знаний;

Владеть:

- навыками создания и распространения научных новостей в социальных сетях, на платформах блогеров;
- навыками проектирования в области научного PR;

6. Общая трудоемкость дисциплины

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.).

Цифровой имидж

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Цифровой имидж» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

Дать представление о системе научных коммуникаций, используемых в продвижении и популяризации науки.

3. Краткое содержание дисциплины

Предназначение научных коммуникаций. Роль коммуникаций в решении задач организации. Роль коммуникаций в коммерциализации российской науки. Коммуникация, которая создает репутацию. Различные подходы к организации работы пресс-службы в научном и образовательном учреждениях. Правила работы с научными новостями. Популяризация науки через социальные сети. Продвижение науки посредством блогов, платформы YOUTUBE-канала. Научные исследования в области популяризации и PR-продвижения науки.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- сущность, принципы и цели научной коммуникации и ее место в системе PR коммуникаций;
- о роли коммуникаций в решении задач организации;
- о роли коммуникаций в коммерциализации отечественной науки;
- о мировом опыте PR-продвижения науки;

Уметь:

- создавать новости на заданную научную тематику;
- работать с правилами создания научных новостей;
- создавать проекты по популяризации научных знаний;

Владеть:

- навыками создания и распространения научных новостей в социальных сетях, на платформах блогеров;

- навыками проектирования в области научного PR;

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетных единицы (108 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (7 сем.).

Современная пресс-служба

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Современная пресс-служба» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

Дать общую характеристику современным российским прессслужбам, раскрыть суть информационной работы учреждений со СМИ и общественностью, пропаганде ими своих целей и решений, организации публичных акций, работающих на положительный имидж учреждения. Кроме того, необходимо показать основные функции и особенности работы пресс-служб разных уровней власти, общественных организаций и коммерческих структур.

3. Краткое содержание дисциплины

Структура и принципы организации современных пресс-служб разного уровня, общность и различия функций, формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);
- способность организовать маркетинговые исследования в области СМИ (ПК-4);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- функции современной пресс-службы, правовые и этические основы современной практики деятельности пресс-служб;

Уметь:

- способен применять знания и умения в практической деятельности современной пресс-службы;
- применяет навыки информационно-аналитической работы в области современной пресс-службы;

Владеть:

- навыками письменной и устной коммуникации в области спичрайтинга;
- навыками организации и проведения специальных мероприятий для СМИ;

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетных единицы (108 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен (7 сем.).

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

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Мастер-класс "Проектирование в рекламе и связях с общественностью"» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность разработать маркетинговую стратегию для продукции СМИ (ПК – 6);
- способность организовать работу по созданию и редактированию контента (ПК-7);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- классификацию мероприятий рекламы и PR;
- способы и технологию подготовки PR-акций; методы проведения рекламных и PR-кампаний;
- формирование и проектирование имиджа и корпоративной культуры;
- основы интегрированных коммуникаций.

Уметь:

- проводить PR и рекламные кампании;
- организовывать мероприятия в сфере рекламы и связей с общественностью: встречи, презентации, выставки, форумы и т.д.;
- создавать ATL- и BTL-акции, рекламные кампании;
- подготавливать проектную документацию: тех. задания, бизнес-планы, креативные брифы, соглашения, договоры, контракты и т.д.

Владеть:

- теоретическими знаниями основ рекламы и связей с общественностью;
- основами корпоративной культуры;
- проектированием креативного продукта;
- практическими навыками создания и проведения рекламных мероприятий и мероприятий PR.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (7 сем.), экзамен (8 сем.).

Формирование общественного мнения

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Формирование общественного мнения» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность разработать маркетинговую стратегию для продукции СМИ (ПК – 6);
- способность организовать работу по созданию и редактированию контента (ПК-7);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- классификацию мероприятий рекламы и PR;
- способы и технологию подготовки PR-акций; методы проведения рекламных и PR-кампаний;
- формирование и проектирование имиджа и корпоративной культуры;
- основы интегрированных коммуникаций.

Уметь:

- проводить PR и рекламные кампании;
- организовывать мероприятия в сфере рекламы и связей с общественностью: встречи, презентации, выставки, форумы и т.д.;
- создавать ATL- и BTL-акции, рекламные кампании;
- подготавливать проектную документацию: тех. задания, бизнес-планы, креативные брифы, соглашения, договоры, контракты и т.д.

Владеть:

- теоретическими знаниями основ рекламы и связей с общественностью;
- основами корпоративной культуры;
- проектированием креативного продукта;
- практическими навыками создания и проведения рекламных мероприятий и мероприятий PR.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (7 сем.), экзамен (8 сем.).

Продвижение в новых медиа

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Продвижение в новых медиа» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

Дать целостное представление о системе новых медиа и его коммуникативной специфике. Раскрыть сущность электронно-коммуникативной среды интернета и возможностях продвижения в новых медиа.

3. Краткое содержание дисциплины

Понятие новых медиа. Сущность, принципы и функции новых медиа. Компоненты системы новых медиа. Социальные сети как новомедийные платформы для продвижения. Маркетинговые возможности продвижения в социальных сетях ВК, Инстаграмм. Субъект продвижения в новых медиа. Технологии продвижения в новых медиа.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);
- способность организовать маркетинговые исследования в области СМИ (ПК-4);
- способность организовать работу по созданию и редактированию контента (ПК-7);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- систему новых медиа как пространство электронно-коммуникативной среды WEB 2.0;
- коммуникативные особенности новых медиа как каналов сетевой коммуникации;

Уметь:

- рассматривать рекламную деятельность и деятельность по PR в контексте продвижения продуктов, имиджа в электронно-коммуникативной среде интернета;

Владеть:

- навыками и сформированными представлениями о продвижении в новых медиа, прежде всего в социальных сетях Инстаграм, ВК;

6. Общая трудоемкость дисциплины.
2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.
Промежуточная аттестация – зачет (8 сем.).

Социальные сети и сетевые сообщества

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Социальные сети и сетевые сообщества» включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору

2. Цель освоения дисциплины

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.

3. Краткое 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.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность разработать маркетинговую стратегию для продукции СМИ (ПК – 6);
- способность организовать работу по созданию и редактированию контента (ПК-7);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- классификацию мероприятий рекламы и PR;
- способы и технологию подготовки PR-акций; методы проведения рекламных и PR-кампаний;
- формирование и проектирование имиджа и корпоративной культуры;
- основы интегрированных коммуникаций.

Уметь:

- проводить PR и рекламные кампании;
- организовывать мероприятия в сфере рекламы и связей с общественностью: встречи, презентации, выставки, форумы и т.д.;
- создавать ATL- и BTL-акции, рекламные кампании;
- подготавливать проектную документацию: тех. задания, бизнес-планы, креативные брифы, соглашения, договоры, контракты и т.д.

Владеть:

- теоретическими знаниями основ рекламы и связей с общественностью;
- основами корпоративной культуры;
- проектированием креативного продукта;
- практическими навыками создания и проведения рекламных мероприятий и мероприятий PR;

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (8 сем.)..

ФТД

Иностранный язык в рекламном бизнесе

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в рекламном бизнесе» является факультативной дисциплиной

2. Цель освоения дисциплины

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

3. Краткое содержание дисциплины

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 профессиональноориентированного английского языка, а также с помощью специальной литературы, связанной с рекламным бизнесом.

1. 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, negotiatir qualities, styles of persuasion, women and the workplace)
4. Inernational 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

4. Компетенции, формируемые в результате освоения

- способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) коммуникативные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- способность к поиску информации по тематике сайта (ПК-1);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- базовые понятия фонетики: звуки, интонационные структуры, компоненты просодии;
- алфавит, правила чтения.
- базовые правила грамматики: артикль, имена, существительные, прилагательные, местоимения, предлоги, числительное, категории правила, лица, числа, рода, времени, залога.;

Уметь:

- вести беседу, делать сообщения на иностранном языке в пределах предусмотренного программой фонетического, лексического, грамматического материала;

Владеть:

- монологической и диалогической речью в соответствии с ситуациями общения, предусмотренными программой;
- аудирование с пониманием основного содержания текста, чтение с пониманием основного содержания, владение элементарной письменной речью;

6. Общая трудоемкость дисциплины

2 зачетная единица (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.).

Мастерство PHOTOSHOP

1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мастерство PHOTOSHOP» является факультативной дисциплиной

2. Цели освоения дисциплины

Воспитание у студентов информационной культуры, закрепление знаний о современных информационных технологиях. Дисциплина "Мастерство PHOTOSHOP " имеет задачей закрепление знаний, получение практических навыков при работе на компьютере, ознакомить учащихся с основными положениями своих наиболее широко используемых разделов, тенденциями их развития, применению современных информационных технологий.

3. Краткое содержание дисциплины

Развитие навыков графического дизайна в программах Corel Draw и Photoshop.

4. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения

- способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникативные технологии (ОПК-6);
- способность вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- ключевые разделы информатики;
- о методах и средствах сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации;
- методы и средства информационной технологии при решении профессиональных задач;

Уметь:

- создавать базы данных и использовать информационные ресурсы для решения профессиональных задач;

Владеть:

- программным обеспечением для персонального компьютера, Интернет
- технологиями, навыками сетевой коммуникации

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетных единицы (108 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация - зачет (3 сем.).