

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

История

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задач и изучения дисциплины

Цель освоения дисциплины «История» – изучение основных закономерностей, тенденций исторического процесса, формирование научного мировоззрения на основе знания особенностей истории России в контексте мировой истории, выработка навыков работы с учебной и научной литературой.

Изучение программного материала должно способствовать формированию у студентов исторического мышления, системного представления о закономерностях и тенденциях развития российской истории как части общемировой истории, понимания единства и многообразия исторических процессов в мире.

В задачу курса «История» входит приобретение студентами глубоких знаний основных категорий и положений исторической науки, обучение студентов правильному ориентированию в историческом процессе.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Сущность, формы, функции исторического знания; методы и источники изучения истории; понятие и классификация исторического источника; отечественная историография в прошлом и настоящем: общее и особенное; методология и теория исторической науки; история России – неотъемлемая часть всемирной истории; Россия в системе мировых цивилизаций; этногенез славян и этнокультурные процессы в восточном славянстве; древнерусское государство, характер его взаимодействия с западными, восточными и степными цивилизациями, античное наследие в эпоху Великого переселения народов; христианство и ислам; Русь, Орда и средневековые государства Европы и Азии; специфика формирования единого российского государства; становление индустриального общества в России: общее и особенное; 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; Россия в современном мире, становление гражданского общества.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направлен на формирование следующих компетенций:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- *основные исторические этапы развития Российского государства;*
- основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей;
 - особенности и основные этапы исторического развития России с древнейших времен и до наших дней:
- основные концепции развития всеобщей истории и России;
- характер истории как науки и ее место в системе гуманитарного знания;

уметь:

- анализировать исторические факты;

- выражать и обосновывать свою позицию по отношению к историческому прошлому;

- овладеть основами исторического мышления, целостным видением исторического процесса;

- выразить и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся ценностного отношения к историческому прошлому, формам организации и эволюции общественных систем, вкладу ученых мира, России, крупных исторических деятелей в достижения мировой цивилизации;

- работать с источниками научной литературой по истории, иметь навыки сравнительного анализа фактов и явлений общественной жизни на основе исторического материала.

- использовать новые технологии информации и коммуникации.

- видеть на примерах из различных эпох органическую взаимосвязь российской и мировой истории, общее и особенное российской истории, место российской цивилизации во всемирно-историческом процессе.

владеть:

- методами изучения истории;

- навыками восприятия, анализа и обобщения текстов исторической направленности;

- понятийным аппаратом учебной дисциплины, ясным изложением исторических фактов.

- методами раскрытия значения истории для осознания поступательного развития общества, его единства и противоречивости.

Формы контроля:

- зачет;

- тестирование;

- доклады;

- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Философия

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задач и изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – усвоение содержания основных философско-мировоззренческих тем, проблем и способов их решения, которые даются выдающимися представителями философской мысли, с тем, чтобы пробудить у студентов интерес к вопросам мировоззренческого характера, потребность в самостоятельном их осмыслении и решении, без чего невозможна интеллектуально и нравственно развитая личность специалиста и гражданина современной России.

Задачи дисциплины:

- изучение и освоение содержания основных тем философского курса;
- формирование мировоззренческих потребностей и интересов студентов;
- оказание воздействия на формирование личного мировоззрения, собственного жизненного кредо;
- формирование умения самостоятельно разбираться – понимать и оценивать происходящие в общественной и личной жизни явления и процессы и определять свое собственное отношение к ним, свою личную жизненную позицию;
- расширение кругозора и повышение уровня общекультурного развития слушателей;
- развитие интеллектуальных способностей студентов, творческого мышления не только на основе усвоения учений крупнейших философов, но и специального изучения их логико-гносеологических концепций;
- формирование высоких моральных качеств студентов на основе их приобщения к этическим воззрениям, а так же знакомства с образом жизни философов.
- проследить становление и развитие понятий «культуры» и «цивилизации», рассмотреть взгляды на место культуры в социуме, представления о социокультурной динамике, типологии и классификации культур, внутри- и межкультурных коммуникациях, осуществить знакомство с основными направлениями методологии культурологического анализа. Рассмотреть историко-культурный материал исходя из принципов цивилизационного подхода, выделить доминирующие в той или иной культуре ценности, значения и смыслы, составляющие её историко-культурное своеобразие.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

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, самоорганизация 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; искусство спора; основы логики; научное и вненаучное знание; критерии научности; структура научного познания, его методы и формы; рост научного знания; научные революции и смены типов рациональности; наука и техника; будущее человечества; глобальные проблемы современности; взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Философия» направлен на формирование следующих **компетенций** в соответствии с ФГОС ВО направление 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг»

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

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины **студент должен** демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: место и роль философии в общественной жизни.

Уметь: понимать и анализировать философские проблемы.

Владеть: методами изучения философии.

Формы контроля:

-зачет;

- тестирование;

- доклады;

- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Иностранный язык

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задач и изучения дисциплины

Основной целью курса является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования иностранным языком, 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.

Изучение иностранного языка призвано также обеспечить:

- повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию;
- развитие когнитивных и исследовательских умений;
- развитие информационной культуры;
- расширение кругозора и повышение общей культуры студентов;
- воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Развитие базовых навыков и умений иноязычного общения. Развитие навыков устного и письменного сообщения информации страноведческого, общеэкономического и профессионального характера с помощью простых речевых средств. Умение фиксировать основное содержание информации, полученной при чтении (составление планов, тезисов, аннотаций) и аудировании. Лексические темы: Семья. Учеба. Профессия. Высшее образование в Великобритании. Экономика США, Великобритании, России. Моя будущая профессия. Экономика США, Великобритании, России. Основы рыночной экономики. Проблемы экономики. Микро и макро экономика. Рынок рабочей силы. Организация бизнеса. Контракты. Найм на работу.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: теоретические основы грамматики изучаемого языка, общепрофессиональную и специальную лексику, особенности устной речи для профессионального и делового общения;

Уметь: читать общепрофессиональную и специальную литературу, переводить с изучаемого языка на русский и с русского на изучаемый язык тексты по специальности, реферировать и аннотировать литературу по специальности на родном и изучаемом языках;

Владеть: изучаемым языком на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность, владеть устной монологической и диалогической речью

в пределах специальной тематики и приобрести опыт, необходимый для использования в практической профессиональной деятельности.

Формы контроля:

- экзамен;
- зачеты;
- контрольные работы;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Безопасность жизнедеятельности

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задачи изучения дисциплины

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» - обязательная дисциплина федеральных государственных образовательных стандартов всех направлений первого уровня высшего профессионального образования (бакалавриата) и специалитета.

Основной целью образования по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» является формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Основными обобщенными задачами дисциплины являются:

- **приобретение** понимания проблем устойчивого развития, обеспечения безопасности жизнедеятельности и снижения рисков, связанных с деятельностью человека;
- **овладение** приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижения антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества;
- **формирование:**
 - культуры безопасности, экологического сознания и риск-ориентированного мышления, при котором вопросы безопасности и сохранения окружающей среды рассматриваются в качестве важнейших приоритетов жизнедеятельности человека;
 - культуры профессиональной безопасности, способностей идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности;
 - готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных экологических последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности;
 - мотивации и способностей для самостоятельного повышения уровня культуры безопасности;
 - способностей к оценке вклада своей предметной области в решение экологических проблем и проблем безопасности;
 - способностей для аргументированного обоснования своих решений с точки зрения безопасности.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Введение в безопасность. Основные понятия и определения. Характерные системы «человек – среда обитания». Производственная, городская, бытовая, природная среда. Взаимодействие человека со средой обитания. Понятия «опасность», «безопасность». Виды опасностей: природные, антропогенные, техногенные, глобальные. Значение безопасности в современном мире. Причины проявления опасности. Роль человеческого фактора в причинах реализации опасностей. Место и роль безопасности в предметной области и профессиональной деятельности. Человек и техносфера. Понятие техносферы. Виды, источники основных опасностей техносферы и её отдельных компонентов. Идентификация и воздействия на человека вредных и опасных факторов среды обитания. Классификация негативных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения. Воздействие основных негативных факторов на человека и их предельно допустимые уровни. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека. Психологические и эргономические основы безопасности. Психологические и эргономические основы безопасности. Психические процессы, свойства и состояния, влияющие на безопасность. Виды и условия трудовой

деятельности. Эргономические основы безопасности. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации. Основные понятия и определения. Классификация стихийных бедствий (природных катастроф, техногенных аварий). Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени и их поражающие факторы. Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях. Основные организации защиты населения и персонала в мирное и военное время. Организация эвакуации населения и персонала из зон чрезвычайных ситуаций. Основы организации аварийно-спасательных и других работ. Управление безопасностью жизнедеятельности. Законодательные и нормативные правовые основы управления безопасностью жизнедеятельности. Экономические основы управления безопасностью. Страхование рисков. Органы государственного управления безопасностью. Корпоративный менеджмент.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины.

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

знать: социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы; сущность и значение информации в развитии современного общества; основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;

уметь: применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии; реализовать экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды; вести здоровый образ жизни, обеспечить безопасность жизнедеятельности; пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов; распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев.

владеть: культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения. Самостоятельно использовать методы физического воспитания и укрепления здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

Формы контроля:

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Физическая культура и спорт

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задач и изучения дисциплины

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

Задачи дисциплины:

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Здоровье человека, его ценность и значимость. Взаимосвязь общей культуры обучающихся и их образ жизни. Режим в трудовой и учебной деятельности. Влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек, влияние физических нагрузок на системы организма. Основы здорового образа жизни студентов. Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- особенности функционирования человеческого организма и отдельных его систем под влиянием занятий физическими упражнениями и спортом в различных условиях внешней среды;
- основные принципы организации здорового образа жизни, рациональные способы и приемы сохранения психического здоровья, профилактики нервно-эмоционального и психофизического утомления, основы формирования физической культуры личности и здорового образа жизни;
- предмет, содержание и функции, организационные формы и средства профессионально-прикладной физической подготовки;
- социально-культурные основы и функции массового спорта высших достижений,

содержание современных оздоровительных систем физических упражнений.

- **уметь:** использовать опыт систематических занятий физическими упражнениями и спортом для укрепления здоровья, активизации учебной и профессиональной деятельности;
- выполнять требования по общей физической подготовке;
- определять индивидуальный уровень своих физических качеств; объяснить индивидуальный выбор вида спорта и системы физических упражнений, раскрыть их возможности для саморазвития и самосовершенствования;
- использовать методические приемы для разработки индивидуальных программ оздоровительной и тренировочной направленности; правильно адаптировать физкультурно-спортивную деятельность к индивидуальным особенностям организма и дифференцировать использование средств физической культуры и спорта с учетом этих особенностей;
- диагностировать состояние организма и отдельных его систем и вносить необходимую коррекцию в их развитие средствами физической культуры и спорта.

владеть: жизненно-важными прикладными навыками - плавания, ходьбы, бега, передвижения по пересеченной местности;

- владеть средствами, методами и способами восстановления организма, организации активного отдыха и реабилитации после перенесенных заболеваний;
- основными методами и способами направленного формирования физических нагрузок для развития двигательных качеств (силы, быстроты, выносливости, ловкости, гибкости);
- системой практических умений и навыков, обеспечивающих формирование, сохранение и укрепление здоровья.

Формы контроля:

- зачеты;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Элективные курсы по физической культуре и спорту

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Целями освоения дисциплины (модуля) является: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачами изучения дисциплины являются:

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Техника высокого и низкого старта. Ознакомление с техникой выполнения. Специальные беговые упражнения бегуна. Ознакомление с техникой выполнения низкого старта. Совершенствование техники выполнения специальных беговых упражнений. Совершенствование техники высокого и низкого старта. Техника бега на короткие и средние дистанции. Техника прыжка в длину с разбега. Техника эстафетного бега. Строевые упражнения. Общеразвивающие упражнения. Техника акробатических упражнений. Техника игры в волейбол. Техника игры в баскетбол. Двусторонняя игра. Влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек, влияние физических нагрузок на системы организма. Основы здорового образа жизни студентов. использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

– основные принципы организации здорового образа жизни, рациональные способы и приемы сохранения психического здоровья, профилактики нервно-эмоционального и психофизического утомления, основы формирования физической культуры личности и здорового образа жизни;

– предмет, содержание и функции, организационные формы и средства профессионально-прикладной физической подготовки;

– социально-культурные основы и функции массового спорта высших достижений, содержание современных оздоровительных систем физических упражнений.

– **уметь:** использовать опыт систематических занятий физическими упражнениями и спортом для укрепления здоровья, активизации учебной и профессиональной деятельности;

– выполнять требования по общей физической подготовке;

– определять индивидуальный уровень своих физических качеств; объяснить индивидуальный выбор вида спорта и системы физических упражнений, раскрыть их возможности для саморазвития и самосовершенствования;

– использовать методические приемы для разработки индивидуальных программ оздоровительной и тренировочной направленности; правильно адаптировать физкультурно-спортивную деятельность к индивидуальным особенностям организма и дифференцировать использование средств физической культуры и спорта с учетом этих особенностей;

– диагностировать состояние организма и отдельных его систем и вносить необходимую коррекцию в их развитие средствами физической культуры и спорта.

владеть: жизненно-важными прикладными навыками - плавания, ходьбы, бега, передвижения по пересеченной местности;

– владеть средствами, методами и способами восстановления организма, организации активного отдыха и реабилитации после перенесенных заболеваний;

– основными методами и способами направленного формирования физических нагрузок для развития двигательных качеств (силы, быстроты, выносливости, ловкости, гибкости);

– системой практических умений и навыков, обеспечивающих формирование, сохранение и укрепление здоровья.

Формы контроля:

-зачеты;

- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Русский язык и культура речи

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задач и изучения дисциплины

Цели освоения дисциплины «Русский язык и культура речи»

Получить знания о формировании и развитии языковой личности на основе знаний русского языка. Осознать роль русского языка в истории человечества и на современном этапе. Овладеть нормами литературного языка, знаниями риторики – этики и эстетики речевого поведения и общения.

Ознакомить студентов со сведениями по функциональной стилистике, документоведению, этике делового общения, риторике.

Сформировать у студентов коммуникативные качества, способствующие успешному взаимодействию с окружающими в профессиональной деятельности. Приобрести навыки самостоятельной оценки языковых и коммуникативных явлений, речевой культуры.

Данная учебная дисциплина выступает одним из основных источников формирования гуманитарного мышления, утверждения национальных и общечеловеческих, нравственных принципов.

Задачи курса:

- освоение базовых понятий дисциплины (язык, норма, культура речи, функциональный стиль, «паспорт»говорящего, стилистика, деловое общение и др.);
- качественное повышение уровня речевой культуры, формирование коммуникативной компетенции, под которой подразумевается умение человека организовать свою речевую деятельность языковыми средствами и способами, адекватными ситуациям общения;
- расширение культурного уровня, обогащение представлений о языке как важнейшей составляющей духовного богатства народа;
- совершенствование умений оценивать коммуникативное поведение и речевые произведения в разных сферах общения, потребности в бережном и умелом отношении к богатствам родного языка;
- приобретение навыков публичного выступления, ведения спора и делового общения, использования функциональных стилей речи в зависимости от ситуации и задачи общения; - получение знаний, которые впоследствии в сочетании с жизненным и профессиональным опытом помогут студентам в выработке позиции, культуры речевого общения, необходимой в процессе выполнения профессиональных (экономических) функций.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Предмет и задачи изучения. Понятие о языке как средстве человеческого общения. Функции языка. Русский язык в системе других языков мира. Понятие о литературном языке. Признаки литературного языка. Язык и речь. Функции речи: общение, сообщение, воздействие. Структура речевой коммуникации. Речь в социальном взаимодействии. Понятие о речевом и неречевом поведении, о речевом поступке и коммуникативном намерении. Виды речевого общения. Письменная и устная форма существования языка. Различия устной и письменной речи. Функционально-смысловые типы речи: описание, повествование, рассуждение. Культура речи как специфическая языковедческая дисциплина. Три аспекта культуры речи: нормативный, коммуникативный и этический. Нормативный аспект культуры речи. Языковая норма. Орфоэпические, акцентологические, лексические, грамматические и стилистические нормы литературного языка на современном этапе. Варианты норм. Функциональные стили речи. Общая характеристика стилей: научный, официально - деловой, публицистический, художественный и разговорно-обиходный

стиль. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности. Особенности языка научного стиля. Речевые нормы деловой речи. Типичные коммуникативные ситуации. Жанры документации. Языковые формулы официально-деловой речи. Язык служебных документов. Язык и стиль коммерческой корреспонденции. Правила оформления документов. Речевой этикет в деловом общении. Деловые переговоры. Культура публицистической и ораторской речи. Подготовка публицистической речи. Оратор и аудитория. Культура разговорной речи. Условия функционирования разговорной речи, роль внеязыковых факторов в устной речи. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения. Роль государства в борьбе за чистоту русского языка.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

общекультурные компетенции (ОК):

- УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);
- ОК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основы владения правилами и нормами современного русского литературного языка и культуры речи, риторики теории коммуникации, делового общения, этики деловой коммуникации;
- нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи;
- нормы русского литературного языка (орфоэпические, лексические, морфологические, синтаксические, орфографические, пунктуационные);
- специфику устной и письменной речи;
- правила продуцирования текстов разных деловых жанров;
- функциональные стили современного русского языка и особенности их взаимодействия;
- речевые нормы учебной и научной сфер деятельности;
- правила подготовки к публичному выступлению;
- правила невербальной коммуникации в профессиональном общении;

уметь:

- общаться, вести гармоничный диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации;
- использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности;
- строить устную и письменную речь, опираясь на законы логики;
- умело строить коммуникацию в конфликтных ситуациях;
- строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами;
- анализировать свою речь с точки зрения её нормативности, уместности и целесообразности;
- самостоятельно работать с текстами деловых бумаг;
- пользоваться нормативными словарями и справочниками русского языка;
- употреблять общественно – профессиональную лексику в речи в соответствии с коммуникативной задачей;
- уметь создавать и редактировать тексты профессионального назначения;
- анализировать логику рассуждений и высказываний ;

владеть:

- коммуникативными навыками в разных сферах употребления языка, письменной и устной его разновидностей.
- навыками грамотного письма и говорения;
- навыками делового общения;
- навыками ведения дискуссии и полемики.

Формы контроля:

- зачеты;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Стилистика и литературное редактирование**

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цель изучения дисциплины – повышение исходного уровня владения русским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при повседневном бытовом и профессиональном общении, а также формирование коммуникативной и культурологической компетенции студентов, профессионализация речи, совершенствование умения анализа функционально-стилистических свойств текста.

Задачами курса являются:

1. Формирование бережного, ответственного отношения к литературному языку как к нормированной форме национального языка;
2. Совершенствование коммуникативно-речевых умений;
3. Освоение базовых понятий дисциплины (литературный язык, норма, культура речи, функциональный стиль, «языковой паспорт» говорящего, стилистика, деловое общение, и др.);
4. Качественное повышение уровня речевой культуры;
5. Овладение общими представлениями о системе норм русского литературного языка;
6. Формирование коммуникативной компетенции, под которой подразумевается умение человека организовать свою речевую деятельность языковыми средствами и способами, адекватными ситуациям общения;
7. Изучение правил функционирования языковых средств фиксации: (документирования) официальной (управленческой, деловой, служебной) информации (заявление, автобиография, резюме, доверенность, объяснительная записка и др.);
8. Формирование научного представления о стилистической системе современного русского литературного языка;
9. Знакомство с основными направлениями научных исследований традиционной и современной стилистики;
10. Информирование об основных проблемах и тенденциях развития стилистических исследований отечественных и зарубежных лингвистов.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Стилистика как наука, основные направления и методы стилистических исследований. Основные понятия и категории стилистики. Практическая стилистика. Стилистическая норма и стилистическая ошибка. Виды стилистической окрашенности в языке и тексте. Характеристика функциональных стилей. Язык художественной литературы. Функционирование лексических и фразеологических средств. Функционирование морфологических форм в речи. Функционирование предложения простого и сложного. Стилистика текста. Типы и виды речи. Особенности редакторской деятельности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: основные направления и методы стилистических исследований; основные понятия и категории стилистики; стилистические нормы и стилистические ошибки; виды стилистической окрашенности в языке и тексте; функциональные стили; лексические и фразеологические средства; стилистику текста; особенности редакторской деятельности;

уметь:

- общаться, вести гармоничный диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации;
- использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности;
- строить устную и письменную речь, опираясь на законы логики;
- умело строить коммуникацию в конфликтных ситуациях;
- строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами;
- анализировать свою речь с точки зрения её нормативности, уместности и целесообразности;
- самостоятельно работать с текстами деловых бумаг;
- употреблять общественно – профессиональную лексику в речи в соответствии с коммуникативной задачей;
- уметь создавать и редактировать тексты профессионального назначения;

владеть:

- коммуникативными навыками в разных сферах употребления языка, письменной и устной его разновидностей.
- навыками грамотного письма и говорения;
- навыками делового общения;
- навыками ведения дискуссии и полемики.

Формы контроля:

- экзамен;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Речевые и письменные коммуникации

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цель изучения дисциплины – повышение исходного уровня владения русским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при повседневном бытовом и профессиональном общении, а также формирование коммуникативной и культурологической компетенции студентов, профессионализация речи, совершенствование умения анализа функционально-стилистических свойств текста.

Задачами курса являются:

1. Знать содержание понятия "коммуникация", соотносить определения язык и речь, речь и мышление; реализовывать функции языка и речи, виды речевой деятельности, формы и типы речевой коммуникации.

2. Уметь определять общие и частные целевые установки речи, выделять речи ритуальные, провокационные, императивные, убеждающие, а также совершенствовать коммуникативно-речевые умения.

3. Владеть общими принципами построения выступления, способами достижения контактов с аудиторией, корректными приемами ведения спора.

4. Освоить базовые понятия дисциплины («коммуникация», «язык», «речь», «мышление», видов речевой деятельности, формы и типы речевой коммуникации, коммуникативные модели и др.).

5. Качественно повышать уровень речевой культуры.

6. Владеть общими представлениями о системе норм русского литературного языка.

7. Формировать коммуникативные компетенции, под которыми подразумевается умение человека организовать свою речевую деятельность языковыми средствами и способами, адекватными ситуациям общения.

8. Знакомиться с основными направлениями научных исследований традиционной и современной речевой коммуникации.

9. Получать информацию об основных проблемах и тенденциях развития стилистических исследований отечественных и зарубежных лингвистов.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Основные понятия теории речевой коммуникации. Речевая норма и культура речи. Совершенствование навыков чтения. Совершенствование навыков слушания. Совершенствование навыков письменной речи. Совершенствование навыков устной речи. Этика речевой коммуникации. Речевые тактики в речевой коммуникации. Речевые коммуникации.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

знать: основные понятия теории речевой коммуникации, речевые нормы и культуру речи, этику речевой коммуникации, речевые тактики в речевой коммуникации, речевые коммуникации;

уметь: общаться, вести гармонический диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации; использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности; строить устную и письменную речь, опираясь на законы логики;

владеть: навыками чтения, слушания, письменной речи, устной речи, этикой речевой коммуникации.

Формы контроля:

- зачет;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Культурология

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Целями освоения дисциплины «Культурология» являются знакомство студентов с феноменом культуры, понимание студентами культуры как образа жизни, важнейшей гранью которой являются нормы социального поведения человека. Для этого необходимы формирование у студентов теоретического способа восприятия модусов культуры, ознакомление их с основными понятиями культурологии, развитие философско-культурологического мышления, позволяющего понять процессы, происходящие в развитии культуры, их историческую логику, значение в профессиональной деятельности будущих специалистов в области рекламы.

Задачи дисциплины:

- уяснение студентами особенностей возникновения культуры;
- выработка у студентов представлений о процессах, происходящих в мировой и отечественной культуре;
- развитие у студентов умений с гуманистических позиций судить о людях, ставших по собственной воле или воле случая объектом или субъектом культурно-исторической деятельности;
- рассмотрение исторических форм и типов культуры, их особенностей применительно к отдельным культурным регионам;
- изучение основных культурных памятников, повлиявших на становление современной культуры.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Многозначность термина «культура». Культура и деятельность. Возникновение культуры. Морфология культуры: материальная, духовная, социальная, физическая культура. Функции культуры: адаптивная, преобразовательная, коммуникативная, интегративная, регулятивная, лимитирующая. Философия культуры, социология культуры, культурная антропология. Возникновение культурологии как научной дисциплины (Л.Уайт). Методы культурологического познания. Основные концепции культуры. Культура и цивилизация, культурогенез, статика и динамика культуры. Язык, символы и коды культуры. Нормы и ценности культуры. Традиции и новации в культуре. Культурная картина мира. Социальные институты культуры. Культурная идентичность. Тип культуры. Прогресс культуры. Локальные культуры. Специфические и срединные культуры. История культуры. Современная западная культура. Актуальные проблемы мировой и отечественной культуры. Культура и общество. Понятие «социокультурное». Социализация в культуре и культура в процессе социализации – инкультурация. Массовизация и глобализация культуры и проблема сохранения культурной идентичности. Культура личности - современные проблемы России. Социальная ответственность личности. Рост межкультурных коммуникаций в информационном обществе. Главные формы культурной агрессии - кино, телевидение, музыка, мода, продукты питания, мобильные коммуникации, английский язык. Вестернизация российской культуры и возможности противодействия ей Аккультурация как способ взаимодействия «высокой» и «низкой» культур. Имитация как способ самозащиты

вестернизируемой культуры. Мультикультурализм и его кризис. Задачи системной модернизации культуры современной России.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

знать: понятие, функции культуры; философию культуры; социологию культуры, культуры; методы культурологического познания; основные концепции культуры; нормы и ценности культуры; традиции и новации в культуре; прогресс культуры; локальные культуры; специфические и срединные культуры; история культуры;

уметь: учитывать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов;

владеть: пониманием культуры как образа жизни, важнейшей гранью которой являются нормы социального поведения человека; способами восприятия модусов культуры,

Формы контроля:

- экзамен;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Целью освоения дисциплины «Психология» является формирование целостного представления о содержании психологии, ее роли в профессиональной деятельности и формирование базовых компетенций специалиста.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с основными направлениями развития психологической науки;
- овладение понятийным аппаратом психологии;
- формирование способности ориентироваться в психологическом пространстве;
- приобретение опыта психолого-педагогического анализа проблемных ситуаций, организации личностного и профессионального общения и взаимодействия, принятия индивидуальных и совместных решений;
- приобретение опыта учета и индивидуально-психологических и личностных особенностей людей, стилей их познавательной и профессиональной деятельности;
- умение трансформировать психологические знания в практическую деятельность;
- умение осуществлять взаимодействие с другими субъектами, в том числе в профессиональной деятельности;
- умение организовывать межличностное взаимодействие и интегрировать собственное психическое состояние, владеть простейшими основами саморегуляции.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Психология как наука. Категориальный аппарат и основные понятия психологии. Психологии: – образ, мотив, действие, личность, отношение и их краткая характеристика. Отрасли психологии. Задачи и место психологии в системе наук. Связь психологии с другими науками. Положение современной психологии. Методы психологии: наблюдение, беседа, эксперимент и др. Важнейшие этапы развития психологии как науки. Представления древних о психике и ее характере. Материалистический и идеологический подходы в рамках психологического знания. XVII век, как новый этап в развитии психологической науки. Изменение предмета изучения. Основные психологические школы. Вклад отечественных ученых в мировую психологию.

Основные психологические теории личности. Психология личности. Основные психические процессы и свойства. Эмоционально-волевые психические процессы. Общение как социально-психологический феномен. Общение как социально-психологический феномен. История психологии. Межличностные отношения в коллективе.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

знать: основные категории и понятия психологической науки; основные функции психики; современные проблемы психологической науки;

уметь: правильно использовать психологические закономерности в процессе личностного и профессионального взаимодействия; разрешать конфликты и нестандартные ситуации в профессиональной деятельности;

владеть: различными формами повседневного и делового общения.

Формы контроля:

- зачет;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Правоведение

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Основная цель дисциплины (модуля) состоит в ознакомлении студентов с основными принципами и отраслями российского права как ведущего института нормативного регулирования общественных отношений и высшей ценности цивилизации, правотворческим и правоприменительным процессом, системой государственных органов, правами и свободами человека и гражданина, основами отраслевого права для развития их правосознания, правовой и профессиональной культуры, выработки позитивного отношения к праву, так как оно есть основа социальной реальности, наполненная идеями гуманизма, добра и справедливости.

Задачи дисциплины (модуля):

- научить основам юриспруденции как ведущего компонента правовой исполнительской общей и профессиональной культуры;
- ознакомить студентов с историей, теорией государства и права и перспективами их развития;
- научить студентов понимать суть законов и основных нормативно-правовых актов, ориентироваться в них и интегрировать полученную информацию в правовую компетентность по будущей профессии;
- дать общую характеристику необходимых правовых знаний в профессии;
- сформировать у студентов знания по практическому применению и соблюдению законодательства; научить принимать многообразие юридически значимых креативных решений и совершать иные действия в точном соответствии с законом;
- показать взаимосвязь теории и практики в юриспруденции;
- способствовать развитию умения студентов анализировать законодательство и практику его применения путем проектирования, моделирования, имитации правовых ситуаций;
- развивать способность студентов синтезировать нововведения в законодательстве и других нормативных акта;
- научить анализировать и принимать к сведению международные правовые акты, в которых осуществляется реализация проекта Болонского соглашения о едином образовательном пространстве;
- развивать способность и потребность обучающихся постоянно развивать свои знания по юриспруденции в течении всей будущей профессиональной деятельности и научить адаптироваться к изменениям в законодательстве;
- развивать креативные качества личности будущего специалиста, его правосознание и правовое мировоззрение;
- определить направленность действий на развитие творческих способностей и реализации правовых знаний студентов в процессе обучения;
- подготовить к профессиональной деятельности с учетом соблюдения международных устоев в области прав человека в современных условиях поликультурного общества в РФ.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Государство и право; их роль в жизни общества.

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

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

- ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
- **Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины**
- В результате изучения дисциплины **студент должен:**

знать: организацию и закономерности общественных процессов; принципы взаимоотношений человека, государства и общества; права и обязанности человека и гражданина; влияние правосознания на формирование правовой и профессиональной культуры личности; основы конституционного строя России; систему органов государственной власти; принципы формирования и функционирования государственного аппарата, особенности правоприменительного процесса.

уметь: ориентироваться в отраслевой системе права; анализировать содержание правовых норм и вытекающих из них субъективных прав и обязанностей; защищать свои гражданские права всеми законными средствами; добросовестно и пунктуально выполнять свои гражданские обязанности.

владеть: навыками работы с литературой и нормативными актами в области различных отраслей права; терминологией и основными понятиями, используемыми в правоведении.

Формы контроля:

- -зачет;
- - тестирование;
- - доклады;
- - рефераты

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономическая теория

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование у студентов понимания логики происходящих преобразований в экономике страны, а также выявления существующих взаимосвязей между каждым человеком, фирмами и обществом в целом, позволяющих объективно объяснить главные социально-экономические процессы.

Основной целью дисциплины является систематизация знаний о принципах и методах социально-экономических преобразований в обществе, освоение методики реализации экономических потребностей и интересов всех в целом, и отдельного хозяйствующего субъекта в частности, в существующей социально-экономической системе общества, формирование навыков текущей практической деятельности.

Задачи изучения дисциплины – получение профессионального представления о реально существующих социально-экономических проблемах общества, имеющих общие сущностные характеристики и специфику проявления в каждой стране, содействие формированию у студентов способности к объективной оценке процессов.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Предмет экономической науки, экономическое развитие: законы и закономерности, ключевые уровни экономики; система экономических отношений в процессе производства, распределения, обмена и потребления продуктов труда; субъекты экономических отношений, их интересы и противоречия. Собственность, ее формы. Экономические и правовые аспекты собственности. Деньги.

Денежное обращение. Роль финансовой, кредитной и фискальной систем в общественном воспроизводстве. Государственное регулирование рынка; рынки факторов производства. Национальная экономика, совокупный спрос и совокупное предложение, рыночное равновесие, конкуренция, поведение производителей и потребителей на рынке.

Система национальных счетов. Макроэкономическое равновесие и проблемы его поддержания. Макроэкономическая нестабильность и ее основные формы. Экономические циклы. Безработица и инфляция. Потребление, сбережение, инвестиции. Рынок инвестиций. Эффективность инвестиций. Мировая экономика и экономический рост. Глобализация экономических процессов. Сравнительные экономические системы.

Основы функционирования рыночного механизма. Виды рынков. Модель спроса и предложения. Функции спроса, дохода и эластичность. Модели совершенной, монополистической, олигополистической конкуренции и чистой монополии. Определение условий эффективного производства. Анализ издержек. Мотив прибыли и другие цели предприятия.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные принципы аналитической работы; основные методы обобщения экономической информации;

- понятийный аппарат экономической теории основные экономические понятия, законы и теории, показатели их классификации и способы определения;
- основные принципы аналитической работы; основные методы обобщения экономической информации;
- понятийный аппарат экономической теории.

уметь:

- грамотно определять цели на основе анализа экономической информации и пути их достижения;
- находить и использовать информацию, необходимую для ориентирования в основных текущих проблемах экономики;
- применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели;
- грамотно определять цели на основе анализа экономической информации и пути их достижения;
- находить и использовать информацию, необходимую для ориентирования в основных текущих проблемах экономики.

владеть:

- понятийно-категориальным аппаратом дисциплины экономическая теория; методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей

Формы контроля:

- зачеты;
- решение задач;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Политология

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Основной целью дисциплины «Политология» является формирование у студентов системных знаний о политической сфере общественной жизни, что должно обеспечить умение самостоятельно анализировать политические явления и процессы, делать осознанный политический выбор, занимать активную жизненную позицию, а также помочь будущему специалисту в выработке собственного мировоззрения.

Для достижения поставленной цели в процессе преподавания решаются следующие задачи:

1. Ознакомить студентов с предметом и задачами политологии как науки о политической сфере жизни общества, сформировать представление о специфических особенностях, закономерностях, способах и путях формирования данной отрасли человеческого знания, о методологии и методах политологических исследований; показать студентам связь политической науки и других гуманитарных дисциплин, единство вузовского гуманитарного цикла; ознакомить студентов с основными направлениями и этапами развития мировой политической мысли, показать особенности русской, европейской, восточной политической мысли в едином комплексе с историческим фоном, социальным и экономическим развитием общества.

2. Научить студентов оценивать политические концепции в контексте времени и места их создания и определять степень их актуальности для современной России, проводить типологию политических концепций; обеспечить усвоение студентами основных категорий политологии и умение оперировать ими; ознакомить студентов с сущностью и функциями основных политических институтов и политических образований, с этапами и циклами политического процесса.

3. Научить студентов оценивать элементы политической системы общества и политического процесса с учетом исторических особенностей того или иного общества и периода его развития; обеспечить понимание студентами своеобразия политического развития России, ознакомить их с особенностями российского государства на разных этапах его развития, со спецификой взаимодействия общества и власти, с характеристиками партийной и избирательной систем современной России, с основными чертами российской политической культуры и идеологии.

4. Научить студентов ориентироваться в современной политической жизни, видеть варианты развития современного российского общества и мировых процессов, понимать назначение демократии как инструмента общественного развития, выработать активное и осознанное отношение к демократическим процедурам.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Политическая система общества, ее предназначение. Структура политической системы общества, ее основные подсистемы. Основные законы развития политической системы общества. Функции политологии. Политическая система общества и политика. Роль и место

политики в жизни современных обществ. Политика как наука. Политика как искусство. Социальные функции политики. Понятия и категории в политологии. Политическая власть. Политическое лидерство. Политическая элита. Государство как политический институт. Политические режимы. Политические партии, партийные системы и общественно - политические движения. Избирательные системы. Основные политические идеологии современности. Политология политической мысли.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: политическую систему общества, ее предназначение; основные законы развития политической системы общества; политические режимы; политические партии; партийные системы и общественно - политические движения; избирательные системы;

уметь: оценивать политические концепции в контексте времени и места их создания и определять степень их актуальности для современной России;

владеть: методами политологических исследований.

Формы контроля:

- зачет;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Профессиональная этика

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цель изучения дисциплины – повышение исходного уровня владения основными этическими понятиями и категориями, содержанием и особенностями профессиональной этики, возможными способами разрешения нравственных конфликтных ситуаций в профессиональной деятельности; формами проявления моральных норм в различных этических ситуациях и др. Основными связывающими факторами с другими дисциплинами являются: общность выполняемых функции, предмет и методы изучения и преподавания, а также основные принципы научного исследования.

Дисциплина «Профессиональная этика» имеет междисциплинарный характер и обеспечивает тесную связь с другими гуманитарными науками, такими как «Психология», «Правоведение».

Задачами курса являются:

1. Формирование представления об основных этических понятиях и категориях, содержании и особенностях профессиональной этики в юридической деятельности, понятии этикета, его роли в жизни общества, особенностях этикета юриста, его основных нормах и функциях.

2. Освоение базовых понятий дисциплины (современные представления о предмете этики, ее мировоззренческое и социальное значение, роль в развитии личности и профессиональной деятельности, место в системе современной науки);

3. Качественное повышение этики в современных условиях; мировоззренческий смысл понятий «мораль», «нравы», «нравственность», их содержание, значение для системы юридических знаний;

4. Расширение культурного уровня этики, обогащение представлений о современных концепциях сущности нравственной культуры профессиональной деятельности, форм ее проявления, тенденций развития;

5. Совершенствование умений оценивать факты и явления профессиональной деятельности с этической точки зрения; применять нравственные нормы; осмысливать и оценивать факты практической профессиональной деятельности с нравственной точки зрения; применять полученные знания для постановки и анализа нравственных проблем юридической теории; самостоятельно изучать литературу по проблемам нравственности в деятельности юриста в целях саморазвития и совершенствования профессиональной культуры;

6. Приобретение навыков оценки своих поступков и поступков окружающих с точки зрения норм этики и морали; навыками поведения в коллективе и общения с гражданами в соответствии с нормами этикета; навыками самостоятельной работы с учебной и научной литературой по дисциплине.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Понятие, предмет, система этики и место среди других гуманитарных наук. Этапы исторического развития нравственности и этики как науки. Сущность морали, ее

происхождение, развитие. Структура профессиональной этики личности. Моральные и правовые регуляторы поведения должностных лиц. Диалектика социальной ответственности организации и профессионально-нравственной ответственности личности. Кодексы профессиональной этики. Этикет и имидж в профессиональной культуре личности. Содержание и специфика этики в области рекламы. Личностно-профессиональные качества специалиста: теоретический и практический аспекты. Общение и культура взаимодействия субъектов профессиональной деятельности. Конфликтологическая компетентность специалиста. Этические и нравственные основы деятельности представителей отдельных профессий. Культура межличностного общения и специфика профессионального общения.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: основные этические понятия и категории, содержание и особенности профессиональной этики, возможные способы разрешения нравственных конфликтных ситуаций в профессиональной деятельности; формы проявления моральных норм в различных этических ситуациях;

уметь: оценивать факты и явления профессиональной деятельности с этической точки зрения; применять нравственные нормы; осмысливать и оценивать факты практической профессиональной деятельности с нравственной точки зрения;

владеть: способами разрешения нравственных конфликтных ситуаций в профессиональной деятельности; формами проявления моральных норм в различных этических ситуациях.

Формы контроля:

- зачет;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Социология

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: изучение основных закономерностей, тенденций исторического процесса, формирование научного мировоззрения на основе знания особенностей истории России в контексте мировой истории, выработка навыков работы с учебной и научной литературой.

Изучение программного материала должно способствовать формированию у студентов социологического мышления, системного представления о закономерностях и тенденциях развития российского общества как части человечества, понимания единства и многообразия социологических процессов в мире.

Задачи курса: «Социология» входит приобретение студентами глубоких знаний основных категорий и положений социологической науки, обучение студентов правильному ориентированию в процессе функционирования и развития общества.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Социологический проект Конта. Классические социологические теории. Современные социологические теории. Русская социологическая мысль.

Общество и социальные институты. Мировая система и процессы глобализации. Социальные группы и общности. Виды общностей. Общность и личность. Малые группы и общности. Малые группы и коллективы. Социальная организация. Социальные движения. Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность. Понятие социального статуса.

Социальное взаимодействие и социальные отношения. Общественное мнение как институт гражданского общества. Культура как фактор социальных изменений. Взаимодействие экономики, социальных отношений и культуры.

Личность как социальный тип. Социальный контроль и девиация. Личность как деятельный субъект.

Социальные изменения. Социальные революции и реформы. Концепции социального прогресса. Формирование мировой системы. Место России в мировом сообществе.

Методы социологического исследования.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- основные этапы развития человечества и общества;
- основные концепции развития социологии в России и за рубежом;
- характер социологии как науки и ее место в системе гуманитарного знания.

Студент должен уметь:

- овладеть основами социологического мышления, целостным видением процесса развития общества;
- работать с источниками научной литературой по социологии, иметь навыки сравнительного анализа фактов и явлений общественной жизни на основе исторического материала.
- использовать новые технологии информации и коммуникации.

Студент должен владеть:

- навыками восприятия, анализа и обобщения текстов социологической направленности;

- понятийным аппаратом учебной дисциплины, ясным изложением фактов социального развития;
- методами социологического исследования.

Формы контроля:

- зачет;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы конфликтологии

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса:

- вооружить студентов системой научных знаний в области теории конфликтологии;
- сформировать у обучаемых профессиональные качества организатора и руководителя служебного коллектива органов внутренних дел;
- воспитать высокую культуру общения и деятельности.

Задачи дисциплины

В задачу курса «Конфликтология» входит научить студентов анализировать современные конфликты, понимать их природу. Критически оценивать различные теоретические школы, занимающиеся анализом и урегулированием конфликтов. Уметь применять теоретические знания к анализу конкретных конфликтов. Уметь оценивать целесообразность и эффективность использования различных переговорных и посреднических процедур.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Конфликты в ранних социально-политических и правовых концепциях. Предмет конфликтологии. Общие подходы и понятия конфликтологии. Методы конфликтологии. Социальная напряженность как конфликтогенный фактор. Структура и динамика социальных конфликтов. Конфликтологическая экспертиза: понятие и виды. Концептуальный анализ социальных конфликтов. Стратегия государственного развития и формы преодоления конфликтогенности общественных отношений: тоталитаризм, либерализм и социальная интеграция. Функции социальных конфликтов. Институционализация конфликта.

Определения политического конфликта. Субъекты и объекты политических конфликтов. Идеи К.Шмитта о природе политического и теории конфликтогенности мира политики.

Динамика (возникновение, изменение и завершение) юридического конфликта. Сферы и механизмы юридического конфликта. Типология юридических конфликтов. Структура юридического конфликта. Способы разрешения юридических конфликтов.

Природа и типология межэтнических конфликтов. Причины межэтнических конфликтов. Современные концепции этноконфликтологии. Социетальные и социально-психологические концепции Р. Ле Вайн и Д. Кэмпбелл. Структурные и психокультурные концепции М. Росс и Дж. Ротман,

Совместная деятельность - функциональная основа межличностных конфликтов в служебном коллективе. Столкновение личностей в результате несовместимости их потребностей, мотивов, целей, установок, взглядов, поведения в процессе и результате общения.

Конфликты в служебном коллективе по вертикали и горизонтали. Организационные конфликты. Сущность и причины.

Диагностика конфликта: сущность и содержание. Критерии сложности конфликтной ситуации (количество переменных, их описание и оценка).

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- природу конфликтов, их структуру, типологию и функции;
- типичные причины конфликтов;
- динамику развития конфликта, механизм перехода от конфликтных ситуаций к конфликтному взаимодействию;

- принцип управляемости конфликтов, регуляторы конфликтного взаимодействия, основные методы управления конфликтами.

Студент должен уметь:

- распознавать и анализировать конфликтные ситуации, возникающие в ходе служебной деятельности;
- находить взаимосвязь внутриличностных и межличностных конфликтов с противоправным поведением для анализа субъективной стороны состава преступления;
- использовать конфликтное взаимодействие для предотвращения правонарушений, при проведении оперативных и следственных действий;
- выявлять потенциальных носителей конфликта, осуществлять профилактику конфликта в служебном коллективе,
- использовать знания о конфликтах для обеспечения собственной психологической устойчивости.

Студент должен владеть:

- навыками коммуникативного взаимодействия, обеспечивающего выявление конфликтных ситуаций, профилактику и управление конфликтами; ведения переговоров в условиях конфликта; психологической саморегуляции.

Формы контроля:

- зачет;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Информатика

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задач и изучения дисциплины

Целью курса "Информатика" является получение студентами теоретических знаний и практических навыков по использованию технологий обработки информации, связанных с применением математических методов, а также аппаратного и программного обеспечения ПК.

Задачи освоения дисциплины:

- ознакомление студентов с ключевыми понятиями и терминами, характеризующими современное состояние и пути развития информатики, в т.ч. в экономической сфере;

- изучение основных аппаратных и программных средств ПК, их основных свойств и функций;

- развитие практических навыков работы с современным программным обеспечением и подготовка к использованию современной вычислительной техники для решения экономических и управленческих задач.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Информатика» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности».

Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Основные понятия и методы теории информатики и кодирования. Общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации; архитектура ЭВМ; состав и назначение основных элементов персонального компьютера; операционные системы; технология обработки текстовой информации; электронные таблицы; элементы теории баз данных, алгоритмизация и технологии программирования; сетевые технологии обработки данных; сетевой сервис и сетевые стандарты; методы защиты информации.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные приемы работы с компьютером, основные свойства и значение информации в развитии современного общества

Уметь:

- получать, обрабатывать, хранить информацию с помощью компьютера

Владеть:

основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией

Формы контроля:

- экзамен;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Информационно-коммуникационные технологии в рекламе**

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цель дисциплины — формирование у студентов углубленных профессиональных знаний по использованию информационно-коммуникационных технологий.

Задачами изучения дисциплины являются:

- развитие личности обучающегося, формирование универсальных, компетенций, способствующих самореализации в избранной области профессиональной деятельности;
- удовлетворение образовательных потребностей и интересов обучающегося с учетом его способностей;
- формирование умений и навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности».

Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Теоретические основы информатики и применение современных информационно-коммуникационных технологий в рекламе. Технические и программные средства реализации информационных процессов. Инструменты обработки и хранения текстовой и графической информации. Технологии структурирования и организации данных. Электронный документооборот. Автоматизированные информационные системы. Применение сетевых информационных технологий и телекоммуникационных средств в рекламе.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

Уметь:

- использовать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

Владеть:

основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; современными информационно-коммуникационными технологиями и использовать их в профессиональной деятельности.

Формы контроля:

- экзамен;
- зачет;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы теории коммуникации

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

. Цели изучения дисциплины:

- овладение базовыми представлениями из области теории коммуникации в целом;
- изучить основные направления теории коммуникацией, основные модели, термины,
- категориальный аппарат;
- овладеть коммуникативной компетентностью;
- анализировать различные уровни коммуникаций: межличностный, в группе, массовый;
- изучить виды коммуникации;

Задачи изучения дисциплины:

- познакомить студентов с современными проблемами теории коммуникации;
- помочь студентам овладеть умением ориентироваться в многообразии видов коммуникативных продуктов;
- ознакомить с различными подходами в области основ теории коммуникации;
- дать представление о механизме реализации коммуникаций;
- ознакомить студентов с основными дискуссионными проблемами по теории социальных коммуникаций;
- дать представление о об особенностях социальной коммуникации в системе службы публик рилейшнз (ПР) и рекламе.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Понятие и основные элементы коммуникации. Теория и современные теоретические концепции коммуникаций. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации. Уровни коммуникации. Коммуникации с точки зрения субъекта коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникация. Межличностная коммуникация. Коммуникация в различных сферах социальной жизни. Коммуникация в группах. Коммуникация в организациях. Межкультурная коммуникация. Теоретические аспекты рекламной коммуникации. Психология и эффективность коммуникации.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины **студент должен:**

Знать: основные направления теории коммуникаций; основные модели коммуникаций; виды коммуникаций;

Уметь: ориентироваться в многообразии видов коммуникативных продуктов;

Владеть: умением ориентироваться в многообразии видов коммуникативных продуктов; коммуникативной компетентностью.

Формы контроля:

-зачет;

- тестирование;

- доклады;

- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Социология массовых коммуникаций**

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели изучения дисциплины

- формирование у студентов основных представлений, о теоретических проблемах в области социологии массовых коммуникаций, отработка навыков использования полученных знаний и умений их практического применения в профессиональной деятельности;
- изучение функционирования института СМК в современном социуме и формирование системного комплекса знаний в этой сфере, представление студентам «социологии массовых коммуникаций» как специфической отрасли социологии;

Задачами курса являются:

- изучение основных теорий и представлений о функционировании массовой коммуникации;
- формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте;
- иметь представление об истории и современном состоянии массовой коммуникации (МК);
- научиться понимать смысл протекающих в сфере массовой коммуникации процессов;
- уметь выделять главные проблемы и тенденции развития средств массовой коммуникации;
- рассмотрение места социологических исследований СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Понятие и объект социологии массовых коммуникаций. История развития социологии массовых коммуникаций. Функции системы массовой коммуникации. Этапы развития, виды, структура и функции средств массовой коммуникации. Субъекты массово-коммуникативной деятельности. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема. Средства массовой информации и общественное мнение. Массовая коммуникация, журналистика и СМИ. Социология массовых коммуникаций и аудитория. Средства массовой коммуникации и государственная власть: модели взаимодействия и реальная практика. Социологические исследования основных звеньев коммуникативного процесса.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: проблемы в области социологии массовых коммуникаций; особенности функционирования института СМК в современном социуме;

Уметь: выделять главные проблемы и тенденции развития средств массовой коммуникации; понимать смысл протекающих в сфере массовой коммуникации процессов;

Владеть: основными теориями и представлениями о функционировании массовой коммуникации; методикой социологических исследований основных звеньев коммуникативного процесса.

Формы контроля:

- экзамен;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология массовых коммуникаций

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задачи дисциплины(модуля)

Цели изучения дисциплины:

- ознакомление с природой, феноменами и механизмами массовой коммуникации.
- формирование теоретических базовых знаний в области психологии массовой коммуникации;
- изучение психологических особенностей формирования, распространения и функционирования восприятия, мышления и поведения людей в процессах массовых коммуникаций;
- разобраться в особенностях психологического влияния СМИ на сознание индивида и массовой аудитории в целом;
- овладеть системой знаний о закономерностях и принципах психологии массовых коммуникаций;
- формирование способности использовать основные компоненты, составляющие область психологии массовых коммуникаций.

Задачи изучения дисциплины

- раскрыть основные понятия массовой коммуникации;
- раскрыть основные функции массовых коммуникаций и обмена информацией в обществе в целях воздействия на социальные процессы;
- раскрыть основные проблемы процессов массовой коммуникации
- сформировать целостное представление о психологии массовой коммуникации;
- рассмотреть психологические эффекты массовой коммуникации;
- научиться прогнозировать возможные психологические последствия массовой коммуникации.
- развить умение применять теоретические знания в области психологии массовых коммуникаций к разработке стратегий по организации связей с общественностью;
- разъяснить обучающимся социальную природу массовых коммуникативных процессов и особенности передачи информации, обмена представлениями, установками, настроениями, чувствами в массовом общении;

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Массовые коммуникации как социально-психологический механизм взаимодействия в современном обществе. Структура массовой коммуникации. Психология процесса коммуникации. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Психологические аспекты массовой коммуникации. Личность в системе массовых коммуникаций. Психологические закономерности массового поведения. Психологические аспекты СМИ. Психология рекламы и ПР. Психология творчества журналиста, создателя

рекламы. Психологические исследования массовой коммуникации. Психология пропаганды.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: особенности психологического влияния СМИ на сознание индивида и массовой аудитории в целом; психологические особенности формирования, распространения и функционирования восприятия, мышления и поведения людей в процессах массовых коммуникаций;

Уметь: использовать основные компоненты, составляющие область психологии массовых коммуникаций;

Владеть: навыками использования основных компонентов, составляющих область психологии массовых коммуникаций.

Формы контроля:

- экзамен;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Теория и практика массовой информации

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Целями освоения дисциплины (модуля) Теория и практика массовой информации является формирование компетенций выпускников, связанных с изучением этапов зарождения и развития видов СМИ, способствующих развитию культуры мышления, и ознакомление студентов с нормативно-правовой базой регулирования деятельности СМИ.

Задачами изучения дисциплины (модуля) Теория и практика массовой информации являются:

- изучение современных тенденций развития индустрии массовой информации и массовых коммуникаций;
- проанализировать нормативно-правовую базу становления и регулирования работы СМИ;
- рассмотрение профессиональных, общественных, культурных, этических и регулирующих аспектов деятельности работников сферы массовой информации и наработка практических навыков.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Массовая информация и ее роль в современном мире. Характеристики отдельных видов СМИ. Правовые аспекты деятельности в информационной сфере. Взаимодействие СМИ и судебной системы. Этические аспекты регулирования деятельности СМИ. Институт аккредитации СМИ. Информационное общество и СМИ. Информационная безопасность в работе СМИ.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины **студент должен:**

Знать: нормативно-правовую базу регулирования деятельности СМИ; современные тенденции развития индустрии массовой информации и массовых коммуникаций; информационную безопасность в работе СМИ;

Уметь: ; преодолевать кризисные явления в современных СМИ.

Владеть: навыками профессиональных, общественных, культурных, этических и регулирующих аспектов деятельности работников сферы массовой информации.

Формы контроля:

- экзамен;
- зачет;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Правовое регулирование рекламно-коммуникационной деятельности**

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цель дисциплины:

- формирование профессиональных и социальных компетенций, необходимых специалисту по рекламе и основанных на соблюдении законодательных норм в процессе профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- знакомство с основами правового регулирования отношений в сфере рекламы и составляющими его нормативную базу;
- изучение саморегулирования в сфере рекламной деятельности, прав и обязанностей саморегулирующих организаций;
- знакомство с правами и обязанностями субъектов рекламной деятельности;
- изучение специальных требований к отдельным видам рекламы и особенностей правового регулирования отдельных видов ее распространения;
- изучение специальных требований к рекламе отдельных товаров и услуг;
- знакомство с государственным регулированием и контролем в сфере рекламы;
- изучение основных форм ответственности в сфере рекламы;
- формирование умений применить знание законодательства в конкретной профессиональной ситуации;
- формирование юридической грамотности и гражданской ответственности в осуществлении будущей профессиональной деятельности.
- способствовать освоению содержания и смысла правового регулирования в сфере рекламы;
- раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Правовое регулирование рекламно-коммуникационной деятельности» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Понятие и признаки рекламы. Понятие, источники и развитие рекламного права в России. Отношения в области рекламы как предмет правового регулирования, государственного контроля и саморегулирования. Требования к рекламе в защиту экономических, информационных и социально-культурных отношений. Правовое регулирование рекламы в теле- и радио программах и передачах. Правовое регулирование наружной рекламы. Правовое регулирование иных форм и способов рекламы. Правовое регулирование рекламы товаров в защиту личной и общественной безопасности, здоровья населения. Государственный надзор в сфере рекламы. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины **студент должен:**

Знать: саморегулирование в сфере рекламной деятельности; права и обязанности субъектов рекламной деятельности; требования к отдельным видам рекламы и особенности правового регулирования отдельных видов ее распространения; требования к рекламе отдельных товаров и услуг.

Уметь: применить знание законодательства в конкретной профессиональной ситуации;

Владеть: навыками юридической грамотности и гражданской ответственности в осуществлении будущей профессиональной деятельности.

Формы контроля:

- экзамен;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Технологии управления общественным мнением**

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели дисциплины -

- осмысление важности изучения общественного мнения;
- формирование у студентов знаний приемов управления общественным мнением;
- развитие у учащихся умений и навыков управления общественным мнением;
- формирование знаний о закономерностях формирования общественного мнения;
- продолжить формирование у будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью основ корпоративной культуры.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование понимания структуры общественного мнения;
- ознакомление с функциями общественного мнения;
- изучение технологий, методов и способов управления общественным мнением; - приобретение навыков практического осуществления управления общественным мнением
- изучение механизма формирования общественного мнения;
- понимание роли менеджмента общественным мнением в сфере PR.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Структура и сущность общественного мнения. Субъект общественного мнения. Объект общественного мнения. Функции общественного мнения. Методы изучения и создания общественного мнения. Возникновение и формирование общественного мнения. Способы формирования общественного мнения. Функционирование общественного мнения. СМИ как основной выразитель общественного мнения. Управление общественным мнением в процессе избирательных кампаний. Технологии управления общественным мнением. Пропаганда и общественное мнение.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины **студент должен:**

Знать: значение общественного мнения; приемы управления общественным мнением; закономерности формирования общественного мнения.

Уметь: применять технологии, методы и способы управления общественным мнением.

Владеть: навыками практического осуществления управления общественным мнением.

Формы контроля:

- зачет;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление персоналом

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задач и изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины - сформировать представление об управлении персоналом;

- роли и месте элементов системы управления персоналом;
- основных направлениях совершенствования системы управления персоналом на современном этапе.

Задачи:

- изучить содержание этапов развития теории и практики управления персоналом;
- изучить основные принципы функционирования системы управления персоналом, а также цели и задачи системы управления персоналом;
- овладеть методами прогнозирования структуры кадров и определения квалификации сотрудников;
- изучить основные принципы отбора сотрудников;
- получить знания о планировании деловой карьеры персонала и методах работы с кадровым резервом, а также организации должностного продвижения;
- изучить возможности разрешения внутриколлективных и межколлективных конфликтов и методы воспитательной работы;
- знать систему аттестации персонала.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Управление персоналом» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Объект управления. Роль и принципы управления персоналом. Прогнозирование структуры кадров, определение квалификации и переподготовка кадров. Расстановка и перемещение персонала по структурным подразделениям и участкам работы. Мотивация поведения в процессе трудовой деятельности, профессиональная и организационная адаптация персонала. Работа с кадровым резервом, организация должностного продвижения. Ротация кадров. Планирование деловой карьеры. Конфликты в коллективе. Воспитание персонала. Оценка эффективности управления персоналом. Аттестация персонала. Концепция кадровой политики в системе управления персоналом.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать основы кадровой политики и кадровой работы, профессионального отбора, профессионального обучения и аттестации сотрудников;

Студент должен уметь применять полученные в процессе обучения знания для принятия решений;

- разрабатывать организационно-управленческие структуры предприятия, положение о подразделениях;

- должностные инструкции;

Студент должен владеть навыками самостоятельного приобретения новых знаний, используя современные технологии управления персоналом.

Формы контроля:

- экзамен;
- деловые игры;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Математика**

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задач и изучения дисциплины

Цели: – освоение основных понятий, определений, теорем и методов, формирующих общую математическую подготовку и развивающих абстрактное, логическое и творческое мышление;

- умение слушателями самостоятельно изучать учебную и научную литературу, содержащую математические факты и результаты;

- создание теоретической основы для успешного изучения дисциплин, использующих математику.

Задачи: – сформировать у студента требуемый набор компетенций, соответствующих его специализации и обеспечивающих его конкурентоспособность на рынке труда;

- научить студентов строгому логическому мышлению при представлении экономических взаимосвязей ситуаций, возникающих в реальных экономических задачах.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Математика» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Функция одной переменной. Основные теоремы о пределах функций. Непрерывность функции. Производные элементарных функций. Исследование функций и построение их графиков. Функция двух переменных. Частные производные. Экстремум функции двух переменных. Неопределенный интеграл. Методы интегрирования. Определенный интеграл, его геометрический смысл. Формула Ньютона-Лейбница. Дифференциальные уравнения 1-го и 2-го порядка. Операции над векторами на плоскости. Операции над матрицами. Система линейных алгебраических уравнений и ее решение методами Крамера и (или) Гаусса. Операции над комплексными числами. Общее уравнение прямой на плоскости, его частные представления. Классическое, статистическое и геометрическое понятия вероятности. Элементы комбинаторики. Основные теоремы теории вероятности. Формула Бернулли. Локальная и интегральная теоремы Муавра-Лапласа. Теорема (формула) Пуассона. Дискретная и непрерывная случайные величины, их функциональные и числовые характеристики. Нормальное распределение (Гаусса-Лапласа). Правило «трех сигм». Понятие закона больших чисел. Теорема Бернулли. Основные понятия математической статистики. Понятие линейной корреляции. Метод наименьших квадратов. Проверка статистических гипотез. Критерий согласия Пирсона (для проверки гипотезы о нормальном распределении).

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: – понятия, определения и теоремы математического анализа и теории вероятностей;

– основополагающие теоретические положения, предусмотренные программой курса.

уметь: – ориентироваться в разделах математики для решения конкретных задач, в том числе при анализе внешнеторговой деятельности и торговых процессов;

– самостоятельно пользоваться справочной литературой для осуществления научной и практической деятельности.

владеть: – методами решения типовых математических задач;

– навыками построения и анализа математических и алгоритмических моделей.

Формы контроля:

- экзамен;

- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Логика и теория аргументации**

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цель ознакомление студентов с формами и приемами рационального познания, создание у них общего представления о логических методах и подходах, используемых в области их профессиональной деятельности, формирование практических навыков рационального и эффективного мышления.

Задачи изучения дисциплины – получить знания об основных принципах и понятиях логики, понять сущность применяемых в ней методов, узнать законы и правила различных логических теорий, а также основные ошибки, связанные с их нарушением.

- научиться логически корректно использовать концептуальный аппарат своей науки, грамотно готовить и анализировать документы, четко и ясно формулировать суть возникающих в процессе профессиональной деятельности проблем, правильно выдвигать и эффективно проверять гипотезы (версии), доказательно строить свои публичные выступления.

- получить практические навыки решения различных логических задач и упражнений, четкого и ясного формулирования своих мыслей, построения выводов и доказательств, определений и классификаций, опровержения логически некорректных умозаключений.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Логика и теория аргументации» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Предмет логики. Логический анализ языка. Особенности понятийной формы мышления. Теория аргументации и язык. Теория аргументации и дедуктивная логика. Теория аргументации и индуктивная логика. Суждение. Умозаключение.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: формы и приемы рационального познания; логические методы и подходы, используемые в области профессиональной деятельности;

уметь: использовать концептуальный аппарат науки, грамотно готовить и анализировать документы, четко и ясно формулировать суть возникающих в процессе профессиональной деятельности проблем, правильно выдвигать и эффективно проверять гипотезы, доказательно строить свои публичные выступления;

владеть: . навыками рационального и эффективного мышления; решения различных логических задач и упражнений, четкого и ясного формулирования своих мыслей, построения выводов и доказательств, определений и классификаций, опровержения логически некорректных умозаключений.

Формы контроля:

- зачет;
- тесты;
- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы рекламы

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задачи дисциплины (модуля):

Цели изучения дисциплины «Основы рекламы» состоят в следующем:

- формирование умений и навыков творчески и самостоятельно принимать решения в организации рекламно-информационной деятельности предприятия.
- интеграции основных принципов организации рекламы в деятельность предприятий различных форм собственности;
- владеть умением и навыками документационного и информационного обеспечения рекламной деятельности организации
- достижение эффективности рекламной деятельности предприятия с минимальными затратами средств.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов мышление, позволяющее понять законы и принципы, по которым развивается рекламная деятельность, умение осуществлять научно-обоснованную постановку решения проблем организации рекламы.
- ознакомить студентов с общей теорией рекламной деятельности, с совокупностью технологических приемов, технических средств и методов управления, обеспечивающих эффективную организацию рекламной деятельности.
- знать цели, объекты, субъекты, сферу применения, правовое регулирование рекламной деятельности;
- изучить виды и формы рекламы, рекламный процесс, организацию рекламных кампаний и акций, оценку их эффективности;

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Основа рекламы» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Понятие, сущность рекламы и задачи стоящие перед ней. Социально-психологические основы рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности. Товарный знак, фирменный стиль, брендинг и реклама. Рекламные средства. Стимулирование сбыта и вспомогательные рекламные средства. Организация рекламно-информационной деятельности в магазине. Рекламная деятельность оптовых и производственных предприятий. Организация публичных рилейшнз на предприятии. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг. Планирование рекламной деятельности. Расчёт комплексного бюджета рекламы. Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

знать: - законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие управление рекламной деятельностью;

- формы и методы управления рекламно-информационной деятельностью;
- основные понятия, цели, классификацию и характеристику отдельных видов рекламной деятельности;
- интеграцию информационных технологий рекламной деятельности;
- основные понятия, цели, классификацию и характеристику отдельных видов рекламной деятельности, инновационные технологии рекламной деятельности;

уметь:

- составлять документацию в области рекламной деятельности и проверять правильность ее оформления;
- осуществлять контроль за разработкой и реализацией договоров и контрактов по рекламированию товаров и услуг;
- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления рекламной деятельностью;
- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления рекламной деятельностью, в том числе инновационные;

владеть:

- знаниями о принципах принятия и реализации экономических и управленческих решений в области рекламной деятельности предприятия;
- умением и навыками документационного и информационного обеспечения рекламной деятельности организации;
- умением и навыками документационного и информационного обеспечения рекламной деятельности организации, разработки инновационных методов, средств и технологий в области рекламной деятельности

Формы контроля:

- экзамен;
- тесты;
- рефераты;
- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Технологии рекламной деятельности**

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели дисциплины:

- формирование у студентов системы знаний о маркетинговых коммуникациях как прикладной науке и формирование представлений о содержании рекламной деятельности, а также формирование умений и навыков практической деятельности в сфере создания рекламного продукта;
- выработать у студентов профессиональный взгляд на рекламную деятельность, что поможет им в будущем создавать рекламные тексты, видеть достоинства и недостатки рекламной деятельности, оценивать её эффективность.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомить студентов с ролью и функциями дизайнеров, крейтеров, копирайтеров в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий и организаций;
- сформировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составных частях и видах;
- дать студентам знания и сформировать базовые навыки разработки концепций рекламного обращения для создания рекламных сообщений;
- ознакомить с комплексом средств коммуникативного воздействия, используемых в рекламе, и привить базовые навыки использования этих средств при создании рекламного продукта;
- ознакомить студентов с принципами и методами художественного оформления рекламного продукта;
- научить основным подходам к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации;
- вооружить студентов методиками тестирования и экспертной оценки рекламного продукта для определения его эффективности и соответствия правовым и этическим нормам.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Технологии рекламной деятельности» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Основные понятия и технологии рекламной деятельности. Социально-психологические основы рекламной деятельности. Рекламный процесс, структура рекламного рынка и его участники, как компоненты технологии рекламной деятельности. Классификация рекламы и ее основные виды, применяемы в технологии рекламной деятельности. Реклама как самостоятельный вид деятельности. Конструирование и визуализация имиджа. Фирменный стиль. Основные принципы составления рекламных текстов и художественное оформление рекламных объявлений, используемых в технологии рекламной деятельности. Технологии рекламная деятельность промышленных предприятий. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Технологии производства рекламного продукта. Технологии рекламно-информационного воздействия

в рекламной деятельности. Рекламное сообщение. Создания рекламного текста. Визуальные средства рекламы. Реклама в периодической печати, на телевидении и радио. Экономические основы рекламной деятельности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

знать: - законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие управление рекламной деятельностью;

- технологии рекламной деятельности;

- рекламный процесс;

- принципы и методы создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составных частей и видов;

уметь:

- разработать концепцию рекламного обращения для создания рекламных сообщений;

- составлять документацию в области рекламной деятельности и проверять правильность ее оформления;

владеть:

- навыками разработки концепций рекламного обращения для создания рекламных сообщений;

- навыками практической деятельности в сфере создания рекламного продукта;

Формы контроля:

- зачет;

- экзамен;

- тесты;

- рефераты;

- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Технологии в связях с общественностью**

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели дисциплины:

- сформировать у обучающихся систему навыков проведения эффективной ПР;
- коммуникации в различных сферах с применением современных рекламных и ПР-технологий;
- целью курса является не только формирование у студентов комплекса знаний и функций специалиста по связям с общественностью, но и выведение на технологический уровень теоретических знаний и представлений о связях с общественностью в социально-культурной деятельности с учетом современных её парадигм и концепций развития.

Задачи изучения дисциплины:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры; организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Технологии в связях с общественностью» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

«Паблик рилейшнз»: понятие, сущность, структура. ПР-технологии: разновидности и базовые инструменты. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью. Связи с общественностью в системе маркетинговой коммуникации. Отношения со СМИ как группой общественности. Технологии связей с общественностью в социальной (некоммерческой сфере): фандрайзинг и краудсорсинг. ПР- технологии в сфере здравоохранения и образования. ПР- технологии в сфере массовой коммуникации (культура и искусство, спорт). ПР- технологии в сфере туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса. Коммуникации на промышленных рынках. Отношения с партнерами и конкурентами. Отношения с властными структурами. Паблик рилейшнз в органах государственной власти и муниципального управления. ПР- технологии в корпоративной культуре и решении кризисных ситуаций.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

Знать: понятие, принципы и функции технологии связей с общественностью; современное состояние и структуру ПР; основные средства маркетинговых коммуникаций ПР; технологии воздействия ПР для осуществления контроля в различных структурах;

Уметь: применять на практике: профессиональные базовые инструменты в технологии связей с общественностью в различных структурах; использовать профессиональные функции в организации технологии ПР в различных структурах; использовать отношения с различными общественными группами, СМИ и др.

Владеть: профессиональными навыками в технологии связей с общественностью в различных структурах; ПР –технологиями в корпоративной культуре, отношениями с партнерами и конкурентами; изучения профессиональных требований к технологиям ПР;

Формы контроля:

-экзамен;

- тесты;

-рефераты;

- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Риск менеджмент

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели освоения дисциплины «Риск -менеджмент» являются:

- освоение студентами теоретических основ комплексного подхода к управлению рисками и организации системы риск-менеджмента для компаний;
- получение студентами практических навыков в применении методов управления рисками, оценке эффективности проводимых мероприятий по минимизации рисков;
- овладение навыками диагностирования, классификации, оценки рисков компании, использования инструментов риск-менеджмента

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление о современном риск-менеджменте и современных подходах к развитию этой дисциплины;
- познакомить с фундаментальными основами и принципами на которых строится риск-менеджмент;
- сформировать представления о современных способах и методах управления рисками;
- дать анализ современным проблемам риск- менеджмента и подходов к их решению.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Риск менеджмент» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Понятие и содержание риск- менеджмента. Классификация и виды рисков. Основы теории управления рисками. Организация управления рисками. Развитие моделей и методов управления рисками. Методы выявления и оценки риска. Типовые решения управления рисками в различных областях.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

Знать: понятие, классификацию, основные виды рисков; основные теории управления рисками; профессиональные требования в контроле за минимизацией рисков; возможности и условия для применения и выбора методов минимизации рисков;

Уметь: применять количественные и качественные подходы к управлению рисками в компаниях реального сектора; выработать профессиональные навыки в построении системы управления рисками и методами их выявления и оценки;

Владеть: профессиональными навыками в разработке стратегического подхода к управлению проблемами риск-менеджмента и подходов к их решению; навыками

применения методов выявления и оценки рисков; навыками типовых решений управления рисками в различных сферах.

Формы контроля:

- зачет;
- тесты;
- рефераты;
- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Основы менеджмента**

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков профессиональных управляющих, эффективных коммуникаций и оценки эффективности качества работы, рассмотрение методологических основ управления, методов управления организацией и основных принципов функционирования и развития организации через ознакомление с современной теорией менеджмента, получение специальных навыков по экономическому анализу и принятию управленческих решений в управленческой и предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики.

Задачи дисциплины:

- овладеть базовыми знаниями в области теории и практики управления современным производством и бизнесом;
- сформировать у студентов умение анализировать и прогнозировать управленческую среду, поведение работников в организации и эффективно использовать человеческие ресурсы;
- освоить основы и разрабатывать стратегические и тактические планы, реализовывать управленческие решения;
- обучить студентов методам научной организации управления трудовыми коллективами, формированию эффективной управленческой команды;
- выработать у студентов навыки делового общения, работы в кризисных и конфликтных ситуациях.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Основы менеджмента» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Понятие, сущность, цели, задачи и основные функции менеджмента. Эволюция мировой управленческой мысли. Организация и ее среда. Цели, задачи управления предприятием. Внутрифирменное управление. Управленческие решения. Информационное обеспечение менеджмента. Стратегический менеджмент. Руководитель и его функции. Лидер и лидерство в управлении предприятием. Мотивация человеческой деятельности в менеджменте. Персонал организации и кадровый менеджмент. Инновационный менеджмент. Управление рисками. Этика делового общения. Управление конфликтами и стрессами. Особенности международного менеджмента.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

Знать: теоретические основы менеджмента, основные функции, цели, стратегии, законы и принципы управления; основы управления персоналом, методы профессионального обучения и аттестации персонала в структурах рекламы и связей с общественностью;

сущность связующих процессов менеджмента, принципы товарной, ценовой, коммуникационной политики;

Уметь: применять методы управления в профессиональной деятельности;

применять теоретические знания в практике управления персоналом; наладить процессы коммуникаций, Выявлять проблемы управленческого характера и предлагать способы их решения

применять инструменты решения практических задач подготовки и принятия управленческих решений, методы управления в профессиональной деятельности; пользоваться передовыми методами управления в структурах рекламы и связей с общественностью;

Владеть: инструментами решения практических задач подготовки и принятия управленческих решений, навыками коммуникативного поведения в организации, навыками принятия решений по управлению деятельностью структурных подразделений рекламы и связей с общественностью;

приемами выбора эффективного стиля руководства и лидерства; навыками разработки, анализа и оценки стратегий организации;

Формы контроля:

-экзамен;

- тесты;

-рефераты;

- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Коммерческая деятельность**

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели дисциплины

- овладение студентами системой теоретико-методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителя и получения; дать студентам необходимые теоретические знания и привить практические навыки эффективной организации коммерческой деятельности в оптовом и розничном звене на основе внедрения новых технологий, современных форм и методов продажи товаров, обеспечения высокого уровня экономической и организационной работы торговых предприятий на рынке потребительских товаров, а также обучить студентов умению анализировать и проектировать коммерческую деятельность в условиях конкуренции; эффективно использовать прогрессивный отечественный и зарубежный опыт в торговле; овладение способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

Задачи дисциплины - сформировать у студентов:

- способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;
- полную информацию о статусе коммерческой организации, о значении принципа свободы торговли,
- об условиях заключения договоров, об актуальных повседневных проблемах, с которыми сталкиваются практической жизни работники коммерческой деятельности.
- формирование у студентов позитивного отношения к правовым нормам, регламентирующим деятельность субъектов коммерческой деятельности.
- формирование высокого уровня подготовки специалистов экономического профиля, умеющих анализировать действующие на разных стадиях рыночного процесса коммерческие аспекты деятельности участников рыночной инфраструктуры;
- способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной
- обеспечение профессиональной ориентации при подготовке специалистов для управления коммерческими процессами на предприятиях-участниках рыночных отношений.
- освоение основ коммерческой деятельности и изучение методов организации и развития коммерческой деятельности;
- разработка методологии исследования коммерческой деятельности на рынке товаров;
- ознакомление с государственным регулированием и регламентацией коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения;
- рассмотрение роли финансового и материально-технического обеспечения в формировании

коммерческой деятельности предприятия, определение результативности коммерческой работы.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Коммерческая деятельность» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Сущность, роль, цели задачи и содержание коммерческой деятельности. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности. Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Товарные знаки в коммерческой деятельности. Основы организации товародвижения, закупочной деятельности и договорные отношения. Организация коммерческой деятельности оптовой торговли и торгово- посредническими структурами. Организация розничной торговли. Специфические формы организации коммерческой деятельности. Коммерческая работа по организации перевозки грузов. Организация расчетов в коммерческой деятельности. Государственное регулирование в сфере торговли в РФ.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать понятие товарного рынка, его структуру и инфраструктуру; цели, принципы, функции, задачи и содержание структуру коммерческой деятельности; субъекты и объекты коммерческой деятельности; классификацию организаций торговли; формы и методы оптовой и розничной торговли; специфические формы коммерческой деятельности; виды, формы и средства коммерческой информации, ее правовую базу; виды и классификацию договоров и их правовое регулирование и контроль; способы и методы осуществления торговой деятельности; организацию расчетов;

уметь: охарактеризовать организационно- правовые формы субъектов коммерческой деятельности и посреднические структуры; заключать договора, контролировать их соблюдение и осуществлять анализ; правила работы розничных торговых предприятий; использовать методы и принципы государственного регулирования товарного обращения в сфере конкуренции, рекламы, качества товаров применять на практике правила торговли, закон «О защите прав потребителей» и правила работы коммерческих предприятий;

владеть: навыками работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами для осуществления профессиональной деятельности, навыками регистрации субъектов коммерческой деятельности и товарных знаков; заключения договоров и контроль их исполнения; правилами осуществления контроля в торговле и защите прав участников торговых отношений; использовать нормативные документы, регламентирующие качество и уровень культуры обслуживания; использования правил торговли и требований законодательных актов в области обслуживания потребителей.

Формы контроля:

-экзамен;

- тесты;

-рефераты;

- доклады;
- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, пресс-служб

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели изучения дисциплины:

- получение теоретических знаний о принципах построения и деятельности подразделений по рекламе и связям с общественностью в современной организации;
 - изучить основные механизмы в деятельности отделов рекламы и связей с общественностью.
 - овладеть знанием структуры рынка маркетинговых коммуникаций;
 - изучить основные документы, используемые при реализации кампаний в сфере связей с общественностью и рекламных кампаний;
 - изучить возможные варианты организационных структур подразделений по связям с общественностью и рекламе;
 - формирование у студентов навыков оперативного планирования и оперативного контроля над рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;
 - изучение методов анализа эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
 - получить базовые знания в сфере клиентских коммуникаций;
- обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы в отделах рекламы и связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах,

Задачи:

- дать представление о функциях, задачах, принципах работы, статусе и структуре отделов по связям с общественностью;
- ознакомить с принципами планирования и программирования, а также организации работы отделов по связям с общественностью;
- научить пользоваться методами анализа и обработки значимых массивов данных;
- ознакомить с основными направлениями работы отделов рекламы и связей с общественностью, видами деятельности, вариантами структур, терминами.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, пресс-служб» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

История становления пресс- служб в России. Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью. Кадровая работа в отделе. Формы и методы работы отделов по связям с общественностью (отделов рекламы) со СМИ, общественностью и политическими **организациями**. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью. Регулирование деятельности специалистов отделов рекламы и связей с

общественностью: правовые и этические аспекты. Оценка эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью. Этика и профессиональные стандарты в деятельности отделов рекламы и связей с общественностью.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать : историю становления пресс-служб в России; функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью; каналы выхода на различные целевые аудитории.

Уметь: организовать работу отдела в соответствии с основными направлениями его работы; использовать правила построения отношений с руководством.

Владеть: навыками работы в соответствии с типовым положением об отделе рекламы и СО; навыками создания привлекательного имиджа и устойчивой репутации фирмы.

Формы контроля:

- экзамен;
- тесты;
- рефераты;
- доклады;
- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация и проведение коммуникационной кампании

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели изучения дисциплины:

-освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области организации и проведения кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью и реализация их в своей профессиональной деятельности, обучение основным знаниям и навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах.

Задачи изучения дисциплины состоят в формировании у студентов необходимых знаний для решения практических задач по планированию, организации кампаний, навыков прогнозирования и анализа полученных результатов, ознакомления студентов с технологиями продвижения предприятия; популяризации профессиональной деятельности; установления отношений с различными категориями общественности; создания и укрепления имиджа и репутации своего предприятия.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Организация и проведение коммуникационной кампании» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Основные понятия и общая характеристика рекламы и связей с общественностью.

Классификация и характеристика рекламных кампаний и компаний по связям с общественностью.

Разработка стратегии коммуникационных кампаний.

Планирование и бюджетирование рекламных кампаний и компаний по связям с общественностью.

Особенности проведения рекламных кампаний и компаний по связям с общественностью в различных сферах.

Основные виды мероприятий, их подготовка и проведение.

Информирование целевых аудиторий о планируемом мероприятии.

Технологии проведения рекламных кампаний и компаний связей с общественностью.

Организация и управление коммуникационными кампаниями и кадровый подбор для их проведения.

Контроль и оценка эффективности коммуникационных кампаний.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

Знать: организацию и управление коммуникационными кампаниями и кадровый подбор для их проведения; требования к персоналу;

Уметь: организовать работу сотрудников в соответствии с квалификационными характеристиками и профессиональными навыками;

Владеть: навыками проведения коммуникационных мероприятий в сфере профессиональной деятельности в различных организационно- правовых формах предприятий.

Формы контроля:

- экзамен;

- тесты;

- рефераты;

- доклады;

- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые коммуникации

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цель дисциплины «Маркетинговые коммуникации» заключается в изучении концептуально-методологических, теоретико-практических и расчетно-аналитических аспектов маркетингово-коммуникационной деятельности современных хозяйствующих субъектов.

Задачи дисциплины «Маркетинговые коммуникации» состоят в следующем:

- изучение теоретико-методологических основ современного маркетинга коммуникаций;
- формирование системы знаний о содержательной сущности, целях, задачах, принципах и направлениях развития маркетинговой науки и коммуникационных технологий;
- анализ направления развития маркетингово-коммуникационных исследований;
- характеристика особенностей организации маркетингово-коммуникационной деятельности предприятий;
- анализ современной коммуникационной политики в маркетинге.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций. Паблик-релейшнз. Эффективные коммуникации в маркетинге. Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента. Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам. Оценка качества и эффективности коммуникационных стратегий предприятия. Брендинг: Товарная марка. Бренд. Исследования репутации компании. Рекламные исследования.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-2: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

знать : основы, принципы, функции и управление маркетинговыми коммуникациями; методику анализа, оценки и выбора целевых сегментов рынка; методы сегментации рынка и позиционирования товара; роль маркетинговых коммуникаций в формировании потребностей покупателей при организации и планировании коммуникационных мероприятий;

уметь: применять методы управления в маркетинговой деятельности; работать в команде; проводить маркетинговые исследования рынков и прогнозирование спроса потребителей; выявлять, формировать и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью

маркетинговых коммуникаций; выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры при организации и планировании коммуникационных мероприятий;

владеть: инструментами решения практических задач подготовки и принятия управленческих решений в сфере маркетинговых коммуникаций; навыками коммуникативного поведения в организации коммуникационных мероприятий; методикой проведения анализа маркетинговой информации и прогнозирования конъюнктуры товарного рынка различных сфер деятельности; методами формирования маркетинговой коммуникационной политики; навыками заключения договоров и контроля их выполнения .

Формы контроля:

- экзамен;
- тесты;
- рефераты;
- доклады;
- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы маркетинга

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цель курса заключается в изучении теоретико-методических и научно-практических основ маркетинговой деятельности современных хозяйствующих субъектов.

Задачи дисциплины:

– изучение концептуально-методологических основ современного маркетинга: содержательной сущности, целей, задач, приоритетных принципов и направлений развития маркетинговой науки как стратегического инструментария экономического управления предприятиями-товаропроизводителями;

– анализ классического направления развития маркетинговых исследований, характеристика особенностей организации маркетинговой деятельности отечественных хозяйствующих субъектов, характеристика основных эволюционных этапов становления национальной маркетинговой науки России;

– исследование доминирующих по экономической значимости маркетинговых стратегий, организационно-управленческой системы и экономической эффективности маркетинговой работы хозяйствующих субъектов;

– интерпретация товарной политики в сфере современного маркетинга: теоретическое представление о товарной политике хозяйствующих субъектов и их товарном ассортименте; понятие маркетинговых стратегий разработки новых товаров; установление основных периодов жизненного цикла товаров и их дифференциация в маркетинге;

– характеристика ценовой политики предприятий в контексте современного маркетинга: теоретическое представление и содержательная сущность концепции маркетингового ценообразования; понятие об основных стратегиях ценообразования в маркетинге; интерпретация методов маркетингового ценообразования;

– изучение сбыто-распределительной политики в контексте современного маркетинга: анализ содержательной сущности, основных функций и экономических инструментов трейд-маркетинга; определение современной сбыто-распределительной сети и каналов товародвижения хозяйствующих субъектов;

– анализ современной коммуникационной политики в маркетинге: теоретическое представление о маркетинговых коммуникациях и их важнейших разновидностях; исследование рекламы как основной формы неличных маркетинговых коммуникаций, изучение приоритетных функций и разновидностей рекламных воздействий; трактовка содержательной сущности PR-коммуникаций и маркетинговых связей с общественностью;

– организация современных маркетинговых исследований, проведение сегментации и выбора оптимальных целевых рынков, исследование важнейших

контрольных функций в процессе оценки результатов маркетинговой работы предприятий.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Основы маркетинга» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Концепция и методология современного маркетинга.

Приоритетные функции и важнейшие разновидности.

маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов.

Маркетинговая среда современных хозяйствующих субъектов.

Факторы, направления и принципы маркетинговой деятельности компаний.

Современные маркетинговые исследования.

Анализ приоритетных стратегий, организационно-управленческой системы и экономической эффективности маркетинговой работы хозяйствующих субъектов.

Товарная политика хозяйствующих субъектов.

Ценовая политика хозяйствующих субъектов.

Политика формирования сбыто-распределительной сети.

Коммуникационная политика хозяйствующих субъектов.

Концепция брендинга и ее экономическое предназначение в современном маркетинге.

Маркетинговая программа современных предприятий.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-2: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: понятие, приоритетные принципы и функции современной маркетинговой деятельности предприятий; методику анализа, оценки и выбора целевых сегментов рынка; формы и методы обеспечения эффективного маркетингового управления для организации коммуникационных кампаний и мероприятий;

Уметь: применять инструменты решения практических задач подготовки и принятия маркетинговых управленческих решений, методы управления маркетингом; анализировать маркетинговую информацию с целью изучения и прогнозирования спроса потребителей; применять методы сегментации рынка и позиционирования товара

Владеть: навыками современной маркетинговой работы, разработки маркетинговых стратегий по организации и планирования маркетинговых мероприятий; умением находить организационно-управленческие решения в маркетинговой деятельности и нести за них ответственность.

Формы контроля:

-экзамен;

- тесты;

-рефераты;

- доклады;

- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Целью дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является приобретение студентами знаний по основным ключевым понятиям, касающимся проблем организации и проведения маркетинговых исследований в организациях, документирования полученных данных.

Задачи дисциплины:

- глубокое усвоение студентами теоретических основ внутреннего и внешнего маркетинга, обстоятельное изучение системы хозяйственного управления в России, вопросов организации деятельности маркетинговых агентств;
- овладение навыками организации и методики проведения маркетинговых исследований на внешнем и внутреннем рынках, изучения основных законодательных документов, определяющих направления, характер, содержание и методику маркетинговой деятельности на предприятии;
- изучение теоретических основ и принципов организации и осуществления маркетинговых исследований, их классификация, система контроля, основные мероприятия, связанные с организацией работы маркетингового отдела на предприятии;
- изучение вопросов подготовки, организации, проведения, оформления и реализации маркетингового исследования в производственной и финансово-хозяйственной деятельности организаций.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Методические основы маркетинговых исследований. Специфика проведения маркетинговых исследований в российских условиях. Информационное обеспечение в маркетинге. Разработка плана маркетингового исследования. Процесс выборки. Ситуационный анализ. Методы анализа данных. Обработка и анализ маркетинговой информации. Прикладные маркетинговые исследования. Отчет о маркетинговых исследованиях.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-2: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

знать: теоретические основы и принципы организации и осуществления маркетинговых исследований, их классификацию, систему контроля, основные мероприятия, связанные с организацией работы маркетингового отдела на предприятии;

уметь: организовать проведение, оформление и реализацию маркетингового исследования и ситуационного анализа;

владеть: - навыками организации и методики проведения маркетинговых исследований на внешнем и внутреннем рынках.

Формы контроля:

-экзамен;

- тесты;

-рефераты;

- доклады;

- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Брендинг

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели изучения дисциплины: освоение студентами теоретических и практических основ брендинга. Курс ориентирован на овладение навыками анализа бренда как маркетинговой и коммуникативной категории и брендинга как процесса создания и управления брендом.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение базисных знаний о сущности брендинга, его структуре и значении;
- рассмотрение маркетинговых и коммуникативных закономерностей брендинга;
- изучение теории и практики товарного и корпоративного брендинга;
- анализ индивидуальности бренда;
- теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда;
- планирование и модели разработки идентичности бренда;
- рассмотрение вопросов лояльности бренду;
- изучение развития брендов в пространстве и времени.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Брендинг» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса:

Понятие брендинга. Структура и разновидности бренда. Содержательные характеристики бренда. Функции и атрибуты бренда. Содержание бренда как коммуникационный процесс. Социально-психологические аспекты брендинга. Технологии брендинга. Разработка атрибутов бренда. Понятие бренд-менеджмента как управление качеством бренда и маркетинговыми коммуникациями. Стратегические задачи управления брендом

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: теоретические и практические основы брендинга; сущность и атрибуты бренда; основные модели и закономерности развития брендинга в пространстве и во времени.

Уметь: рассматривать брендинг как процесс создания и управления брендом; применять инструменты брендинга в целях анализа рыночной ситуации и формирования маркетинговых коммуникаций при организации и планировании коммуникационных кампаний.

Владеть: навыками бренд-менеджмента для управления качеством бренда, изучения и прогнозирования спроса потребителей; методиками измерения восприятия

потребителями отличий бренда, навыками использования брендинга при организации и планировании коммуникационных кампаний.

Формы контроля:

- зачет;
- тесты;
- рефераты;
- доклады;
- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Иностранный язык как средство межкультурной коммуникации в профессиональном общении

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Целями освоения учебной дисциплины являются: развитие коммуникативной компетентности бакалавров, позволяющей использовать иностранный язык как средство межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины: повышение профессиональной компетентности обучающихся, расширение общего кругозора, способности к самообразованию, повышение уровня общей культуры, культуры мышления, общения и речи; воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов, знакомиться с научной и справочной зарубежной профессионально-ориентированной литературой.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Иностранный язык как средство межкультурной коммуникации в профессиональном общении» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса: Знакомство. Биография. Вводно-фонетический курс. Мой рабочий день. Мультикультурный современный мир. Работа и карьера. Иностранный язык в профессиональной сфере. Становлении карьеры. Навыки, умения, квалификация, опыт профессиональной деятельности. Востребованность на рынке труда. Кросс-культурное общение в сфере профессиональной коммуникации. Иностранный язык и международное сотрудничество. Специализированная и общепрофессиональная лексика. Особенности профессионального общения.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

Знать: Специализированную и общепрофессиональную лексику. Особенности профессионального общения.

Уметь: рассматривать иностранный язык как средство межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности.

Владеть: навыками использования иностранного языка как средства межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности.

Формы контроля:

-зачет;

- экзамен;

- тесты;

- рефераты;
- доклады;
- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Деловой иностранный язык

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Целями освоения учебной дисциплины «Деловой иностранный язык» является развитие коммуникативной компетентности бакалавров, позволяющей использовать деловой иностранный язык.

Задачи изучения дисциплины: повышение профессиональной компетентности обучающихся, расширение общего кругозора, способности к самообразованию, повышение уровня общей культуры, культуры мышления, общения и речи; воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов, знакомиться с научной и справочной зарубежной профессионально-ориентированной литературой.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Деловой иностранный язык» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности». Студенты, проходящие обучение по направлению Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса: Знакомство. Биография. Вводно-фонетический курс. Мой рабочий день. Мультикультурный современный мир. Работа и карьера. Иностранный язык в профессиональной сфере. Становлении карьеры. Навыки, умения, квалификация, опыт профессиональной деятельности. Востребованность на рынке труда. Кросс-культурное общение в сфере профессиональной коммуникации. Иностранный язык и международное сотрудничество. Специализированная и общепрофессиональная лексика. Особенности профессионального общения.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: Специализированную и общепрофессиональную лексику. Особенности профессионального общения.

Уметь: рассматривать деловой иностранный язык как средство межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности.

Владеть: навыками использования делового иностранного языка как средства межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности.

Формы контроля:

- зачет;
- экзамен;
- тесты;
- рефераты;
- доклады;

- контрольные работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Статистика

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель курса: формирование у студентов целостных представлений об основных положениях современной статистической науки и соответствующей системы знаний, овладения важнейшими методами статистических исследований и их применения в анализе бизнес-процессов и финансового состояния фирм, усвоения главных макроэкономических показателей и важнейших идей, лежащих в основе системы национальных счетов.

Задачи дисциплины:

Создание у студентов навыков применения количественных методов (математики, математической статистики, компьютерных программ, реализующих статистические методы) к конкретным проблемам экономики, формирование прочных связей между общими теоретическими положениями и конкретными прикладными проблемами, выработка умения анализировать первичные данные и строить на этой базе количественные модели, взаимодействовать со специалистами прочих направлений, подготовке студентов к полноценному восприятию профильных дисциплин, необходимому для их эффективного практического использования. Одна из важнейших задач дисциплины заключается в том, чтобы приучить студентов пользоваться статистической отчетностью, применять научные методы статистического исследования и за статистическими показателями видеть конкретное их содержание. В системе экономического образования важную роль играют статистические дисциплины, так как работа экономиста требует единства качественного и количественного анализа.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Дисциплина «Статистика» относится к дисциплинам базовой части, входящих в рабочий учебный план по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности».

Студенты, проходящие обучение по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», должны освоить следующие темы курса: Предмет, метод и задачи; источники статистической информации; группировка и сводка материалов статистических наблюдений; абсолютные и относительные величины; средние величины; ряды динамики; индексы; показатели вариации; выборочное наблюдение; статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений; статистические методы классификации, группировки и моделирования социально-экономических явлений; статистика товаров и услуг, производительности труда, основных фондов, оборотных фондов, себестоимости товаров и услуг, статистическая методология национального счетоводства и макроэкономических расчетов, построения балансов для регионов и экономики в целом; статистические методы исследования экономической конъюнктуры; статистика товарооборота и товарных запасов, рыночной инфраструктуры, цен, эффективности рекламной деятельности, деловой активности; статистический анализ эффективности функционирования предприятий разных форм собственности, качества товаров и услуг; статистические методы оценки финансовых, страховых и бизнес рисков, принятия решений в условиях неопределенности; выявление трендов и циклов; прогнозирование развития социально-экономических процессов.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины

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

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- принципы и методы организации сбора статистических данных;
- принципы и методы обработки результатов статистического наблюдения;
- различие между признаками и показателями и связь между ними;
- основы выборочного метода и ошибок выборочного метода;
- анализ временных зависимостей методом рядов динамики;
- основы теории экономических индексов и их применения;
- принципы построения межотраслевого баланса и платежного баланса, расчета ВВП;
- статистику денежного обращения (основы), кредита, биржи, страхования;
- статистические методы национального счетоводства и макроэкономические расчеты;
- статистику товаров и услуг, товарооборота и товарных запасов, рыночной инфраструктуры, цен;
- основы корреляционно-регрессионных моделей и исследования соответствующих зависимостей.

уметь

- организовать и провести статистическое наблюдение и строить статистические таблицы;
- рассчитывать статистические показатели, кроме макроэкономических;
- грамотно анализировать статистические данные и формулировать выводы;
- использовать методы статистического оценивания и прогноза;
- строить экономико-статистические модели и их исследовать;
- применять компьютерные технологии в социально-экономических исследованиях;
- исследовать сложные и недостаточно определенные ситуации и процессы;
- использовать корреляционный и регрессионный анализ в анализе социально-экономических явлений;

владеть:

- методами и средствами статистики сбора, обработки и анализа экономической информации.

Формы контроля:

- зачет;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Правовые основы защиты инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели и задачи изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины (модуля) «Правовые основы защиты инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» является формирование у студентов современных знаний и навыков в области организации доступной безбарьерной среды для инвалидов и маломобильных групп населения (МГН), позволяющих эффективно управлять ресурсами с целью реализации программы «Доступная среда» для инвалидов и МГН.

Задачами изучения дисциплины (модуля) являются:

- представить слушателям обновленные требования российского законодательства по внедрению программы «Доступная среда» для инвалидов и МГН;
- рассмотреть порядок паспортизации и сертификации объектов согласно требований законодательства;
- обучить выбору эффективных способов повышения уровней доступности для всех категорий инвалидов (К, С, Г, О, У);
- решить методические вопросы, возникающие при разработке паспорта объекта в рамках программы «Доступная среда»;
- обучить основам этики и психологии взаимодействия с людьми с особыми потребностями;
- рассмотреть особенности архитектурных решений по адаптации объектов с учетом «универсального дизайна» и «разумного приспособления».

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Понятие и порядок признания лица инвалидом. Обеспечение равных возможностей для инвалидов. Медицинская экспертиза трудоспособности, определение групп инвалидности, ИПР, характеристика групп инвалидности. Материальное обеспечение инвалидов: материально-техническое обеспечение, субсидии, льготы. Законодательство Российской Федерации о правах инвалидов в части беспрепятственного доступа к объектам и услугам. Основы государственной программы «Доступная среда». Принципы обеспечения физической (архитектурной) доступности объектов для инвалидов. Этические нормы и правила в отношении людей с особыми потребностями (К,С,Г,О,У). Паспортизация и сертификация объектов по категориям (К,С,Г,О,У).

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

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

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен знать:

- законодательство РФ и нормативные правовые акты в отношении защиты прав инвалидов;
- основы психологии и этики построения отношений с людьми с особыми потребностями;
- систему, структуру и полномочия государственных органов Российской Федерации в отношении реализации государственной программы «Доступная среда» для инвалидов и МГН.

Студент должен уметь:

- в рамках служебных полномочий применять на практике основные положения международной конвенции «О правах инвалидов»;
- взаимодействовать с инвалидами всех категорий (К, Г, О, С, У) при выполнении своих служебных обязанностей.

Студент должен владеть:

- навыками защиты прав лиц с ограниченными возможностями.

Формы контроля:

- зачет;
- контрольные работы;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и связи с общественностью в бизнесе

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели дисциплины - освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в бизнесе»

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

Задачи изучения дисциплины:

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

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Место и роль рекламы и связей с общественностью в бизнесе.

Функциональное содержание и особенности рекламной и PR- деятельности в сфере бизнеса..

Организации - участники рекламного бизнеса

Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции.

Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса..

Реклама и PR в системе маркетинговых коммуникаций

Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме.

Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах.

Реклама и формирование имиджевых стратегий.

Корпоративная реклама.

Планирование рекламных кампаний.

Контроль и оценка эффективности рекламы.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

ПК-1 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Студент должен:

знать: место и роль рекламы и связи с общественностью в бизнесе; понятие и особенность рекламы и связи с общественностью деятельности в сфере предпринимательства; роль рекламы в условиях рынка;

уметь: организовать рекламу и связи с общественностью для различных сфер бизнеса; определить сегментацию потребителей и выбор целевого рынка в стратегии рекламной деятельности.

владеть: навыками применения рекламы и связей с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций;

Формы контроля:

- экзамен;
- контрольные работы;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и связи с общественностью в политике

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цели дисциплины:

Цель освоения дисциплины – в систематическом виде изложить студентам базовые теоретические и практические сведения в области рекламной деятельности в сфере политики, уделив особое внимание роли связей с общественностью в этом процессе.

В дисциплине рассматриваются механизмы политической коммуникации в современном обществе. Подробно изучаются основные вопросы становления и развития политической рекламы и пиара в избирательных кампаниях постсоветской России, институциональная и правовая база управления общественными связями в политике, аудитория политической рекламы и ПР в политической коммуникации, роль связей с общественностью в планировании и проведении избирательных кампаний.

Задачи дисциплины «Реклама и связи с общественностью в политике»:

- изучение основных социально-политических подходов, используемых в политической рекламе и общественных связях в политике;
- рассмотрение закономерностей становления и развития политической рекламы и пиара в избирательных кампаниях постсоветской России ;
- изучение методов и методик изучения имиджевых стратегий в политической кампании;
- овладение умением анализировать институциональную и правовую базу управления общественными связями в политике;
- овладение умением анализировать аудиторию политической рекламы и ПР в политической коммуникации,
- овладение умением анализировать массово-коммуникационные процессы в сфере связей с общественностью в политике;
- изучение закономерностей роли связей с общественностью в планировании и проведении избирательных кампаний.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Понятие, сущность политической рекламы и связей с общественностью как объекта системного познания.

История развития политической рекламы.

Средства, виды и типы политической рекламы.

Механизмы психологического воздействия в политической рекламе.

Правовое регулирование политической рекламы.

Технологии подготовки рекламной кампании и ее проведения.

Имиджевые стратегии в процессе проведения избирательных кампаний.

Технологии современной политической рекламы.

Оценка эффективности политической рекламы.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

ПК-1 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Знать: понятие рекламы; понятие, сущность политической рекламы и связей с общественностью; историю политической рекламы; специфику политической рекламы; связи с общественностью в политике; правовое регулирование политической рекламой;

Уметь: охарактеризовать средства, виды и типы политической рекламы, выбрать виды предвыборной агитации;

Владеть: методами выявления нарушений законодательства о политической рекламе; навыками выбора комплекса коммуникаций политического маркетинга.

Формы контроля:

- экзамен;
- контрольные работы;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Ценообразование в рекламной деятельности

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Основной целью дисциплины является систематизация знаний о принципах и методах социально-экономических преобразований в обществе, освоение методики реализации экономических потребностей и интересов всех в целом, и отдельного хозяйствующего субъекта в частности, в существующей социально-экономической системе общества, формирование навыков текущей практической деятельности.

Задачи изучения дисциплины – получение профессионального представления о реально существующих социально-экономических проблемах общества, имеющих общие сущностные характеристики и специфику проявления в каждой стране, содействие формированию у студентов способности к объективной оценке процессов.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь. Функции цен. Методология ценообразования. Регулирование цен. Особенности ценообразования в рекламной деятельности.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

знать: методы ценообразования в рекламной деятельности;

уметь: осуществлять оперативное планирование цен и оперативный контроль за ценообразованием в рекламной деятельности, деятельности по связям с общественностью;

владеть: методами ценовой стратегии и продвижения товаров и услуг на рынок.

Формы контроля:

- зачет;
- контрольные работы;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Поведение потребителей

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цель дисциплины: изучение основных закономерностей поведения потребителей в процессе истории и на современном этапе развития общества, удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей личности и групп.

Задачи дисциплины: научить студентов ориентироваться в социальных и психологических явлениях, сопровождающих процесс потребления; использовать внешние и внутренние факторы потребления для эффективных продаж; анализировать социокультурные особенности потребления отдельных общностей; применять полученные знания при анализе процесса потребления в профессиональной деятельности.

Краткая характеристика и содержание учебной дисциплины (основные блоки, темы)

Потребители, их поведение и маркетинг.

Внешние факторы, влияющие на поведение потребителей.

Семья и домохозяйство.

Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей.

Потребительские ресурсы.

Процесс принятия решения о покупке.

Информационный поиск.

Методы изучения поведения потребителей.

Организационное покупательское поведение.

Реклама в системе потребления.

Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины:

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

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

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины

Знать: основные закономерности поведения потребителей в процессе истории и на современном этапе развития общества.

Уметь: ориентироваться в социальных и психологических явлениях, сопровождающих процесс потребления; использовать внешние и внутренние факторы потребления для эффективных продаж.

Владеть: методикой анализа процесса потребления в профессиональной деятельности.

Формы контроля:

-зачет;

- контрольные работы;

- тестирование;

- доклады;

- рефераты.