

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила  
Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН**

**Шифр: 42.03.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль «Реклама и связи с общественностью»**

**Квалификация (степень) выпускника: бакалавр**

Калининград

2024

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы модуля «Цифровые инструменты профессиональной деятельности» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Модуль ставит своей целью создать условия для эффективного формирования и развития общекультурных компетенций в программе подготовки выпускника высшего образования.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2 Использует в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - основные положения современных теорий информационного общества; предпосылки и факторы формирования информационного общества; содержание, объекты и субъекты информационного общества; основные закономерности развития информационного общества; характерные черты информационного общества, его связь с предшествующими типами обществ; особенности процессов информатизации различных сфер деятельности; возможности информационно-коммуникационных технологий для личностного развития и профессиональной деятельности; - основные принципы разработки программ с применением языка Python; - фундаментальные понятия и теории представления и обработки знаний; теоретические основы проектирования интеллектуальных систем; основные инструментальные средства искусственного интеллекта; основные области применения интеллектуальных систем; современные проблемы искусственного интеллекта и проектирования прикладных интеллектуальных систем; основные понятия компьютерных сетей: типы, топологии, методы доступа к среде передачи; принципы пакетной передачи данных, понятие сетевой модели, протоколы, основные понятия, принципы взаимодействия, различия и особенности распространенных протоколов, установка протоколов в операционных системах, адресацию в сетях, организацию межсетевое воздействия. Уметь: - понимать и правильно использовать терминологию современных теорий информационного общества; самостоятельно оценивать и анализировать различные точки зрения на особенности информационного общества и пути его развития; исследовать закономерности развития и использования информационно-коммуникационных технологий в конкретной прикладной области; - создавать современные программные и информационные решения; делать правильные выводы из сопоставления результатов теории и

	<p>практики; осваивать новые предметные области, теоретические подходы и практические методики; работать на современном компьютерном оборудовании и с новыми программными системами; эффективно использовать информационные технологии и компьютерную технику для достижения практически значимых результатов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Эффективно использовать аппаратные и программные компоненты компьютерных сетей при решении различных задач; работать с протоколами разных уровней (на примере конкретного стека протоколов: TCP/IP, IPX/SPX).</li> </ul> <p>Владеть:</p> <p>практическими навыками решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практическими навыками программирования на основе языка Python;</li> <li>- навыками освоения больших объемов информации, представленной в традиционной и электронной форме; навыками самостоятельной работы в лаборатории и Интернете; культурой постановки и моделирования практически значимых задач; навыками грамотной обработки результатов компьютерного моделирования и сопоставления их с теоретическими данными; практикой исследования и решения теоретических и прикладных задач; навыками теоретического анализа реальных задач, связанных с представлением и обработкой знаний.</li> </ul>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Программа дисциплины «Цифровая культура»          Программа дисциплины «Язык Python»          Программа дисциплины «Введение в искусственный интеллект»          Программа дисциплины «Компьютерные сети»</p>
Разработчики	<p>Савкин Д.А., доцент          Мищук Б.Р., к.ф.-м.н., доцент</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Иностранный язык (английский)» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование коммуникативной компетенции обучающихся в ее языковом, социокультурном аспектах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, а также для успешного осуществления профессиональной деятельности в условиях межкультурной профессиональной коммуникации.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК 4.1. Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на русском и иностранном языках  УК 4.2. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом социокультурных особенностей  УК 4.3. Осуществляет выбор коммуникативных стратегий и тактик при ведении деловых переговоров.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> как вести запись основных мыслей и фактов, а также запись тезисов устного выступления/письменного доклада по изучаемой проблематике; виды и особенности письменных текстов и устных выступлений; понимать общее содержание сложных текстов на абстрактные и конкретные темы, в том числе узкоспециальные тексты; основную терминологию своей широкой и узкой специальности; русских эквивалентов основных слов и выражений профессиональной речи;  <b>Уметь:</b> понимать основное содержание несложных аутентичных специальных текстов, публицистических и прагматических текстов (информационных буклетов, брошюр/проспектов), блогов/веб-сайтов; выделять значимую/ запрашиваемую информацию из прагматических текстов справочно-информационного характера; использовать современные методы и технологии научной коммуникации на государственном и иностранном языках, способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; поддерживать контакты при помощи электронной почты, выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций, информационных буклетов, коллажей, постеров)  <b>Владеть:</b> формами деловой переписки; навыками подготовки текстовых документов в управленческой деятельности; владеть основами реферирования и аннотирования литературы по специальности; основными приемами реферирования и перевода литературы по специальности; навыками обсуждения знакомой

	<p>темы, делая важные замечания и отвечая на вопросы; создания простого связного текста по знакомым или интересующим его темам, адаптируя его для целевой аудитории; навыками работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. документов в управленческой деятельности; владеть основами реферирования и аннотирования литературы по специальности</p> <p>навыками работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Свободное время. Чувства и эмоции. Работа. Напитки и еда. Сон и бессонница. Путешествия. Волонтерство и туризм. Музыка. Черты характера. Необычные музеи мира. Жилище. Проблемы потребительского общества. Праздники. Принятие решений. Достижение успеха. Суеверия. Взаимоотношения. Мир компьютеров. Социальные сети. Проблемы экологии. Вторичное сырье. Опасности моря. Здоровье. Медиа. Невербальная коммуникация. Родственные связи. Внешность. Традиции. Рабочая этика. Выдающиеся личности</p>
Разработчики	Поздняков Владимир Владимирович ст. преп. Ресурсного центра

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Основы научного исследования» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов базовых навыков научно-исследовательской деятельности.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1 Выбирает источники информации и осуществляет поиск информации для решения поставленных задач УК-1.2 Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения и выявлять степень доказательности на поставленную задачу. УК-1.3 Определяет рациональные идеи для решения поставленных задач..
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> - методологию системного подхода; <b>Уметь:</b> - выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления; - осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта; - производить анализ явлений и обрабатывать полученные результаты; - определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке и предлагать способы их решения; - формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории; <b>Владеть:</b> - технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий; - навыками критического анализа; - навыками анализа социальных, природных и гуманитарных явлений; - навыками анализа источников.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Этос научного исследования, введение в историю науки Методология научного познания Научное исследование как реализация научных интересов Риторическое построение и научная аргументация
Разработчики	к.ф.н., доцент Кочеткова О.Л.

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Отраслевой пиар» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «общий профиль» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать компетенции обучающегося в области специфики организации связей с общественностью и применения PR-технологий в различных отраслях коммерческой, творческой и социальной деятельности.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<b>ПКС-5</b> Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, выстраивает систему коммуникаций в организации, формирует имидж и деловую репутацию организации. <b>ПК-6</b> Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<b>ПК-5.1</b> Выполняет функционал менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. <b>ПК-5.2</b> Разрабатывает и реализует проекты по созданию брендов <b>ПК-5.3</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии <b>ПК-6.1</b> Демонстрирует знание и применение принципов деловой этики в профдеятельности. <b>ПК-6.2</b> Работает с правовой документацией, регламентирующей профессиональную деятельность. <b>ПК-6.3</b> При подготовке медиатекстов, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>ПК-5</b> <b>Знать:</b> теорию и практику тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. <b>Уметь:</b> осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. <b>Владеть:</b> навыком тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. <b>ПК-6</b> <b>Знать:</b> особенности отраслевых рынков, специфику PR-технологий в различных отраслях и сферах деятельности. <b>Уметь:</b> разрабатывать программу PR-мероприятий, характерных для различных отраслей (промышленность, торговля, производство, и услуги и т.д.) <b>Владеть:</b> навыками разработки и обоснования программы PR- мероприятий, характерных для различных отраслей
Краткая характеристика учебной дисциплины	PR в финансовых и страховых компаниях. PR юридических компаний. PR телекоммуникационных компаний. PR торговых компаний. PR в сфере общественного питания и гостеприимства. PR производственных компаний. PR проектов в сфере недвижимости PR в спортивных организациях. PR государственных и муниципальных учреждений и служб. PR социальных и благотворительных проектов. Экологический PR. PR образовательных и научных учреждений. PR медицинских учреждений и организаций здравоохранения.

	PR в сфере культуры и искусства.
Разработчики	Сивкова Анна Вадимовна, доцент, к.ф.н.

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Творческие студии» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Развить базовые умения и усовершенствовать полученные ранее навыки создания рекламного / PR-продукта с помощью метода погружения в производственный процесс, скоординировать индивидуальные траектории дальнейшего обучения, а также продвижение этого проекта на рынке.
Компетенции, формируемые в результате освоения 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-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Свободно пользуется русским и иностранными языками как средством делового общения; владеет навыками редактирования и перевода профессиональных текстов. ОПК-1.2 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. ОПК-1.3 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.4 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.5 Публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта. ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. ОПК-6.2. Использует в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ПК-1.1 Создает контент и тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-1.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

	<p>ПК-7.1 Обладает знанием дизайн-проектирования объектов визуальной информации и коммуникации, методах и способах решения проектного задания.</p> <p>ПК-7.2 Применяет в профессиональной деятельности современные технологические решения, средства, приемы и методы.</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p><b>ОПК-1</b>  <b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику этапов подготовки и реализации рекламного / ПР-проекта;</li> <li>- виды и объём работ, подлежащих выполнению на разных этапах создания рекламного / ПР-продукта;</li> <li>- виды проектной документации, включая бриф, техническое задание, сценарий и монтажный план, и требования к их оформлению.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- распределять виды и объёмы работ, подлежащих выполнению на разных этапах создания рекламного / ПР-продукта;</li> <li>- разрабатывать концепцию рекламного / ПР-продукта (на основе изучения запросов целевой аудитории и существенных свойств объекта рекламы / ПР формулировать идею, цели и задачи проекта; выделять концептуальные единицы содержания и выбирать наиболее органичные формы их визуализации; составлять проектную документацию, включая техническое задание, сценарий и монтажный план);</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с проектной документацией;</li> <li>- навыками работы в микрогруппе в процессе реализации творческого проекта (съёмки, озвучивания, монтажа), составления презентации и подготовки к публичной защите проекта</li> <li>- навыками представления результатов своей работы заказчику (органам государственной и муниципальной власти, коммерческим и некоммерческим организациям)</li> </ul> <p><b>ОПК-6</b>  <b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы современных технологий производства рекламного / ПР-продукта.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать современные информационные технологии и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современными технологиями рекламы и связей с общественностью, цифровыми инструментами, техническими средствами и программным обеспечением.</li> </ul> <p><b>ПК-1</b>  <b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику каналов коммуникации.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать контент и тексты рекламы и связей с общественностью.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками написания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или ПР-кампании.</li> </ul> <p><b>ПК-7</b>  <b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- этапах дизайн-проектирования, методах проектирования и способах решения проектного задания.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять в профессиональной деятельности современные технологические решения, средства, приемы и методы.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p>

	- навыками работы со съёмочной и монтажной аппаратурой (светом, цветом, композицией кадра, резкостью, контрастом, звуком и т. п.).
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1: Творческий проект: этапы построения Тема 2: Концепция проекта Тема 3: Технология создания проекта Тема 4: Корректировочный этап проекта Тема 5: Завершающий этап проекта Тема 6. Этап презентации и продажи проекта
Разработчики	Друкер Мальвина Михайловна, ст. преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «История России» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Формирование исторического сознания как основы, необходимой для понимания сущности современных процессов и событий, а также способности осмысливать процессы, события и явления в России и мире в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципом историзма, формулировать и аргументированно отстаивать патриотическую позицию по проблемам отечественной истории.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям.</p> <p>УК-5.2. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p> <p>УК-5.3. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.</p> <p>УК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>Знать:</b> достижения современной исторической науки и смежных гуманитарных дисциплин, особенности российского исторического развития на общемировом фоне, строительства российской государственности на всех его этапах, наиболее существенные процессы в сфере экономической, социальной истории, развития духовной культуры, науки и просвещения.</p> <p><b>Уметь:</b> объективно и научно оценивать существующие в историческом сознании стереотипы и мифы, причины их формирования, вклад России в развитие мировой цивилизации, ее роль в разрешении крупных международных конфликтов, влияние в мировой политике в целом; использовать компаративистский подход к оценке сходных процессов и явлений, таких как освоение новых территорий, строительство империи, складывание форм и типов государственности, организационных форм социума и др.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками осмысливать процессы, события и явления в России и мире в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципом историзма, формулировать и аргументированно отстаивать патриотическую позицию по проблемам отечественной истории</p>

<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Историческая наука и память о прошлом</li> <li>2. Народы и государства на территории современной России в древности</li> <li>3. Русь в IX — первой трети XIII в.</li> <li>4. Русские земли в XIII – первой половине XV вв.</li> <li>5. Формирование и развитие единого русского государства во второй половине XV–XVI вв.</li> <li>6. Российское государство в XVII в.</li> <li>7. Россия в XVIII в.: традиции и модернизация.</li> <li>8. Российская империя в XIX – начале XX в.: государство, общество, культура.</li> <li>9. Советское государство и общество: от революционного старта к «консервативной модернизации» (1917 – 1930-е гг.)</li> <li>10. Советский Союз в годы Великой Отечественной войны</li> <li>11. СССР в 1945–1991 гг.: от послевоенного восстановления до Беловежских соглашений.</li> <li>12. Российская Федерация в 1991–2022 годах</li> </ol>
<p>Разработчик</p>	<p>Жданович Л.Н. к.и.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук», доцент Манкевич Д.В к.и.н. доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «История религий России» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	получение знаний, умений и навыков, необходимых для понимания исторических основ становления и развития, а также современного состояния религиозных традиций в Российской Федерации, их вероучительных, культовых, культурных, ценностных и правовых характеристик, релевантных традиционным духовно-нравственным ценностям Российской Федерации, государственно-религиозных отношений в Российской Федерации
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям.</p> <p>УК-5.2. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p> <p>УК-5.3. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.</p> <p>УК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личного характера.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>Знать:</b>  о социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностях представителей тех или иных социальных, в том числе религиозных (этноконфессиональных) общностей;  об истории формирования российской государственности;  актуальные нормативные правовые акты в области государственной национальной политики и национальной безопасности</p> <p><b>Уметь:</b>  учитывать в том числе конфессиональные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия;  анализировать текущее состояние межнациональных и религиозных отношений;  разрабатывать предложения в области реализации государственной национальной политики и национальной безопасности в отношении религиозного компонента</p> <p><b>Владеть:</b></p>

	<p>этическими нормами, касающимися в том числе конфессиональных различий; способами предотвращения возможных конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности; методами разработки мероприятий и проектов, направленных на укрепление гражданского единства; методами обеспечения деятельности органов власти, направленными на гармонизацию межнациональных и межрелигиозных отношений</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Раздел 1. Историко-религиоведческий.  Раздел 2. Исторические аспекты формирования России как поликонфессионального государства-цивилизации  Раздел 3. Религиозные традиции России и традиционные российские духовно-нравственные ценности.</p>
<p>Разработчик</p>	<p>Светлов Р.В. д.ф.н, профессор ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Критическое мышление» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	создание у студентов целостного системного представления о мире и месте человека в нем, формирование основ философского мировоззрения и критического мышления
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК.1.1. Выбирает источники информации и осуществляет поиск информации для решения поставленных задач УК. 1.2. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения и выявлять степень доказательности на поставленную задачу УК.1.3. Определяет рациональные идеи для решения поставленных задач.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> - способы поиска информации; - критерии постановки задач в соответствии с целью. <b>Уметь:</b> - анализировать информацию и работать с большим количеством источников информации. <b>Владеть:</b> - навыками доказательства и опровержения тезиса; - технологиями поиска решений поставленной задачи и анализа последствий возможных решений задачи
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Типология ошибок в аргументации и логических заблуждений. Тема 2. Эпистемологические, психологические и коммуникационные истоки заблуждений. Тема 3. Риторические приемы: манипулятивный потенциал в аргументации. Тема 4. Критическое мышление, противодействие манипулятивным технологиям и интерпретация текста. Тема 5. Стратегии построения критически аргументированного изложения авторской позиции.
Разработчики	Светлов Р.В. доктор философских наук, профессор ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Модуль личностно-ориентированного совершенствования» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	является развитие навыков самостоятельного анализа различных видов информации, использования гуманитарных знаний и психологических технологий для личностного и профессионального роста.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы. УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности. УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> научно-психологические основы выбора, процессуально-структурные компоненты психологического феномена «выбор», основные направления современной этики, базовые элементы и приемы, применяемые в подготовленной публичной речи. <b>Уметь:</b> составлять перспективный план жизни, с учетом возможных препятствий, решать конфликтные ситуации, опираясь на знания о стратегиях поведения, аргументированно излагать свои моральные убеждения и составлять хорошее самостоятельное публичное выступление. <b>Владеть:</b> приемами самооценки, эффективного общения и слушания, позитивного общения, конгруэнтного поведения, анализа собственных нравственных ценностей и поступков, подготовки, корректировки выступления.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Мысль и слово: основы риторической культуры Тема 2. Моральная культура личности в современном мире Тема 3. Психология выбора и взаимоотношений Тема 4. Тренинг личностного роста и профессионального успеха
Разработчики	Луговой С.В., кандидат философских наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы модуля «Безопасность жизнедеятельности и основы военной подготовки» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Целью освоения модуля является формирование представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека, формирование навыков безопасного поведения в повседневной жизни и в экстремальных условиях, формирование способности и готовности к выполнению воинского долга и обязанности по защите своей Родины в соответствии с законодательством Российской Федерации
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p> <p>УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-8.1 Оценивает факторы риска, умеет обеспечивать личную безопасность и безопасность окружающих в повседневной жизни и в профессиональной деятельности.</p> <p>УК-8.2 Оценивает степень потенциальной опасности чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p> <p>УК-8.3 Знает и может применять методы защиты в чрезвычайных ситуациях и в условиях военных конфликтов, формирует культуру безопасного и ответственного поведения.</p> <p>УК-8.4 Применяет положения общевоинских уставов в повседневной деятельности подразделения, управляет</p> <p>УК-8.5 Ведет общевойсковой бой в составе подразделения.</p> <p>УК-8.6 Выполняет поставленные задачи в условиях РХБ заражения</p> <p>УК-8.7 Пользуется топографическими картами</p> <p>УК-8.8 Оказывает первую медицинскую помощь при ранениях и травмах</p> <p>УК-8.9 Имеет высокое чувство патриотизма, считает защиту Родины своим долгом и обязанностью</p> <p>УК-10.1 Понимает сущность феноменов коррупции.</p> <p>УК-10.2 Оценивает негативные последствия коррупционного поведения.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– поражающие факторы стихийных бедствий, крупных производственных аварий и катастроф с выходом в атмосферу радиоактивных веществ (РВ) и аварийно-химически опасных веществ (АХОВ), современных средств поражения;</li> <li>– анатомо-физиологические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и опасных производственных факторов;</li> <li>– правовые, нормативно-технические и организационные основы «Безопасности жизнедеятельности»;</li> <li>– основные положения общевоинских уставов ВС РФ;</li> <li>– организацию внутреннего порядка в подразделении;</li> <li>– основные положения Курса стрельб из стрелкового оружия;</li> <li>– устройство стрелкового оружия, боеприпасов и ручных гранат;</li> </ul>

- предназначение, задачи и организационно-штатную структуру общевойсковых подразделений (мотострелкового отделения, взвода, роты);
- основные факторы, определяющие характер, организацию и способы ведения современного общевойскового боя;
- общие сведения о ядерном, химическом и биологическом оружии, средствах его применения;
- правила поведения и меры профилактики в условиях заражения радиоактивными, отравляющими веществами и бактериальными средствами;
- тактические свойства местности, их влияние на действия подразделений в боевой обстановке;
- назначение, номенклатуру и условные знаки топографических карт;
- основные способы и средства оказания первой медицинской помощи при ранениях и травмах;
- тенденции и особенности развития современных международных отношений, место и роль России в многополярном мире, основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны;
- основные положения Военной доктрины РФ;
- правовое положение и порядок прохождения военной службы.

**Уметь:**

- проводить контроль параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям;
- эффективно применять средства защиты от негативных воздействий;
- планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций;
- правильно применять и выполнять положения общевоинских уставов ВС РФ;
- осуществлять разборку и сборку автомата (АК-74) и пистолета (ПМ), подготовку к боевому применению ручных гранат;
- оборудовать позицию для стрельбы из стрелкового оружия;
- выполнять мероприятия радиационной, химической и биологической защиты;
- читать топографические карты различной номенклатуры;
- давать оценку международным военно-политическим и внутренним событиям и фактам с позиции патриота своего Отечества;
- применять положения нормативно-правовых актов.

**Владеть:**

- методами защиты в условиях чрезвычайных ситуаций;
- методами прогнозирования чрезвычайных ситуаций и предотвращения их негативных последствий;
- методами повышения стрессоустойчивости;
- способами управления эмоциями в экстремальных ситуациях;
- строевыми приемами на месте и в движении;
- навыками управления строями взвода;
- первичными навыками стрельбы из стрелкового оружия;
- первичными навыками подготовки к ведению общевойскового боя;
- навыками применения индивидуальных средств РХБ защиты;
- первичными навыками ориентирования на местности по карте и без карты;
- навыками применения индивидуальных средств медицинской защиты и подручных средств для оказания первой медицинской помощи при ранениях и травмах;
- навыками работы с нормативно-правовыми документами.

<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Программа дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» Программа дисциплины «Основы военной подготовки»</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Масленников П.В., к.б.н., доцент ОНК «Институт медицины и наук о жизни (МЕДБИО)»; Судоплатов К.А., ст. преподаватель ОНК «Институт медицины и наук о жизни (МЕДБИО)»; Винокурова Н.В., к.б.н., доцент ОНК «Институт медицины и наук о жизни (МЕДБИО)»; Балыко С.В., капитан 1 ранга, к.п.н., начальник военного учебного центра БФУ им. И.Канта; Кужелев А.А., капитан 2 ранга, к.т.н., начальник учебной части - заместитель начальника военного учебного центра БФУ им. И.Канта; Рак Е.Н., подполковник запаса, ст.преподаватель военного учебного центра БФУ им. И.Канта»; Жуков Б.В., подполковник запаса, преподаватель военного учебного центра БФУ им. И.Канта».</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Модуль коммуникационный» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Овладение основами как бытовой, так и деловой коммуникации путем совершенствования навыков всех видов речевой деятельности (чтения, письма, говорения, слушания).
<b>Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины</b>	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.
<b>Результаты освоения образовательной программы (ИДК)</b>	УК.6.1. Определяет свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели УК.6.2. Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении основного и дополнительного образования УК.6.3. Владеет умением рационального распределения временных и информационных ресурсов.
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<b>Знать:</b> основные стратегии выстраивания траекторий саморазвития <b>Уметь:</b> управлять своим временем и выстраивать траекторию саморазвития. <b>Владеть:</b> навыками саморазвития
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</b>	Тема 1. Коммуникативные модели. Виды и типы коммуникации Тема 2. Человек в мире знаков: вербальная и невербальная коммуникация. Языковая норма Тема 3. Психология коммуникации Тема 4. Культура официально-деловой речи Тема 5. Публичное выступление. Устная деловая коммуникация: средства и организация Тема 6. Этические нормы делового общения Тема 7. Условия успешности общения. Речевое взаимодействие
<b>Разработчики</b>	А.А. Остапенко., к.филол.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Модуль предпринимательский» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	является расширение области и уровня знаний в предпринимательской деятельности; изучение сущности, целей и содержания разделов бизнес-плана, а также приобретение умений и навыков в области разработки бизнес-планов предприятий-участников.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК 6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК 6.1 - Определяет свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели УК6.2 - Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении основного и дополнительного образования УК 6.3 - Владеет умением рационального распределения временных и информационных ресурсов.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> способы самоанализа и самооценки собственных сил и возможностей; стратегии личностного развития; методы эффективного планирования времени; эффективные способы самообучения и критерии оценки успешности личности. <b>Уметь:</b> определять задачи саморазвития и профессионального роста, распределять их на долго- средне- и краткосрочные с обоснованием их актуальности и определением необходимых ресурсов; планировать свою жизнедеятельность на период обучения в образовательной организации; анализировать и оценивать собственные силы и возможности; выбирать конструктивные стратегии личностного развития на основе принципов образования и самообразования. <b>Владеть:</b> приемами целеполагания, планирования, реализации необходимых видов деятельности; приемами оценки и самооценки результатов деятельности по решению профессиональных задач; инструментами и методами управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.
Краткая характеристика учебной дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Содержание процесса бизнес-планирования</li> <li>2. Продукты и услуги</li> <li>3. Описание бизнеса</li> <li>4. Исследование и анализ рынка</li> <li>5. План маркетинга</li> <li>6. Производственный и организационный план</li> <li>7. Финансовый план, оценка эффективности инвестиций и рисков</li> </ol>
Разработчики	Шалапина М.А., к.э.н., доцент ОНК «Институт управления и территориального развития»; Зонин Н.А., к.э.н., доцент ОНК «Институт управления и территориального развития».

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы модуля «Психолого-педагогический модуль» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
<p>Образовательные цели и задачи</p>	<p>Модуль ставит своей целью создать условия для овладения обучающимися основными принципами организации и дифференциации педагогической деятельности и профессиональным менеджментом педагога.</p> <p>Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Способствовать пониманию обучающимися психолого-педагогических основ дифференциации и интеграции педагогического труда;</li> <li>2. Сформировать готовность студентов к решению проектных задач по выработке траектории личного и профессионального роста;</li> <li>3. Способствовать формированию у студентов знаний основных принципов и различных методик организации и дифференциации педагогической деятельности</li> </ol>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</p>	<p>БК-1 Способность разрабатывать учебно-методическое обеспечение образовательного процесса по основным и дополнительным образовательным программам</p> <p>БК-2 Способность осуществлять образовательную деятельность на основе методологии и технологий инклюзивного образования</p> <p>БК-3 Способность осуществлять образовательную деятельность с применением современных педагогических средств и технологий, в том числе цифровых</p> <p>БК-4 Способность осуществлять образовательную деятельность с применением современного инструментария педагогической диагностики</p> <p>БК-5 Способность осуществлять образовательную деятельность с применением педагогически обоснованных форм, методов, средств и приемов воспитания обучающихся</p> <p>БК-6 Способен осуществлять педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний</p> <p>ОПК-1 Способен проектировать и реализовывать образовательные программы (по уровням и видам образования)</p> <p>ОПК-2 Способен организовывать совместную и индивидуальную учебную и воспитательную деятельность обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов</p> <p>ОПК-3 Способен к формированию ценностных ориентиров, развитию потенциала, таланта обучающегося на основе технологии наставничества</p> <p>ОПК-4 Способен осуществлять контроль и оценку формирования освоения обучающимися образовательной программы, выявлять и корректировать трудности в обучении, воспитании, развитии</p> <p>ОПК-5 Способен использовать психолого-педагогические технологии в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания, в том числе</p>

	<p>деятельности обучающихся с особыми образовательными потребностями</p> <p>ОПК-6 Способен обеспечить психолого-педагогические условия реализации образовательных программ для сохранения и укрепления психологического и социального здоровья обучающихся</p> <p>ОПК-7 Способен организовать образовательный процесс на основе отбора предметного содержания и с использованием современных методик и технологий развития, обучения, воспитания обучающихся</p>
<p>Результаты освоения образовательной программы (ИДК)</p>	<p>БК-1.1 Демонстрирует знание основ учебно-методического обеспечения образовательного процесса по основным и дополнительным образовательным программам</p> <p>БК-1.2 Осуществляет учебно-методическое обеспечение образовательного процесса по основным и дополнительным образовательным программам</p> <p>БК-2.1 Имеет представление о методологии и технологиях инклюзивного образования</p> <p>БК-2.2 Осуществляет отбор педагогических технологий для реализации образовательной деятельности в инклюзивной образовательной среде</p> <p>БК-3.1 Определяет необходимость и обоснованность включения в образовательный процесс современных педагогических средств, в том числе ресурсов электронной образовательной среды и цифровых технологий</p> <p>БК-3.2 Включает в образовательную деятельность современных педагогических средств, в том числе ресурсов электронной образовательной среды и цифровых технологий</p> <p>БК-4.1 Демонстрирует рациональный выбор современного инструментария педагогической диагностики в соответствии с профессиональными задачами, возрастными и индивидуальными особенностями обучающихся</p> <p>БК-4.2 Оценивает образовательные результаты обучающихся, применяя современный инструментарий педагогической диагностики</p> <p>БК-5.1 Понимает сущность целевых ориентиров и ценностных основ воспитательной деятельности в образовательной среде</p> <p>БК-5.2 Создает воспитывающую образовательную среду с применением педагогически обоснованных форм, методов, средств и приемов воспитания обучающихся</p> <p>БК-6.1 Демонстрирует знание научных основ педагогической деятельности</p> <p>БК-6.2 Осуществляет трансформацию специальных научных знаний в соответствии с образовательными потребностями обучающихся</p> <p>ОПК-1.1 Демонстрирует знание основ проектирования основных и дополнительных образовательных программ (по уровням и видам образования)</p> <p>ОПК-1.2 Проектирует и реализует основных и дополнительных образовательных программ (по уровням и видам образования)</p> <p>ОПК-2.1 Демонстрирует знание требований федеральных государственных образовательных стандартов к организации совместной и индивидуальной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями</p>

	<p>ОПК-2.2 Осуществляет организацию совместной и индивидуальной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов</p> <p>ОПК-3.1 Демонстрирует знание сущности технологий наставничества и средств их реализации</p> <p>ОПК-3.2 Осуществляет формирование ценностных ориентиров обучающихся на основе учета их культурных различий, возрастных и индивидуальных особенностей</p> <p>ОПК-4.1 Демонстрирует умение осуществлять педагогический контроль и объективную оценку образовательных результатов обучающихся</p> <p>ОПК-4.2 Выявляет и корректирует трудности в обучении, воспитании и развитии обучающихся</p> <p>ОПК-5.1 Демонстрирует знания об особых образовательных потребностях, обучающихся с целью индивидуализации обучения, воспитания и развития</p> <p>ОПК-5.2 Адаптирует применение психолого-педагогических технологий в профессиональной деятельности, необходимых для индивидуализации обучения, развития, воспитания, в том числе деятельности обучающихся с особыми образовательными потребностями</p> <p>ОПК-6.1 Иметь представления об особенностях сохранения и укрепления психологического и социального здоровья обучающихся</p> <p>ОПК-6.2 Создает психолого-педагогические условия реализации образовательных программ для сохранения и укрепления психологического и социального здоровья обучающихся</p> <p>ОПК-7.1 Демонстрирует знания основ общетеоретических дисциплин в объеме, необходимом для решения педагогических, научно-методических и организационно-управленческих задач</p> <p>ОПК-7.2 Осуществляет организацию образовательного процесса на основе отбора предметного содержания и с использованием современных методик и технологий развития, обучения, воспитания обучающихся</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знает теоретические основы педагогики, истории педагогики, сравнительной педагогики и деятельностного подхода в образовании; требования нормативно-правовых актов в сфере образования к разрабатываемому учебно-методическому обеспечению образовательного процесса по основным и дополнительным образовательным программам</p> <p>Умеет проводить анализ понятийного аппарата разрабатываемого учебно-методического обеспечения</p> <p>Владеет приемами реализации деятельностной направленности образования и учитывает их при разработке учебно-методического обеспечения образовательного процесса</p> <p>Знать: Методы и технологии инклюзивного образования</p> <p>Уметь: осуществлять образовательную деятельность на основе методологии и технологий инклюзивного образования</p> <p>Владеть: Методами и технологиями осуществления образовательной деятельности на основе методологии инклюзивного образования</p>

Знает теоретические и правовые основы применения современных педагогических средств и технологий, в том числе цифровых, а также санитарно - эпидемиологические требования, гигиенические нормативы и требования к обеспечению их безопасности и безвредности в условиях о

Умеет осуществлять отбор современных педагогических средств и технологий, в том числе цифровых с целью применения в образовательной деятельности

Владеет приемами применения современных педагогических средств и технологий, в том числе цифровых в условиях дошкольной образовательной организации

Знает:

- отечественные и зарубежные подходы к таксономии образовательных результатов, основы проведения педагогической диагностики с учетом возрастных и индивидуальных особенностей детей дошкольного возраста;

- сущностные характеристики человека как индивида, личности и индивидуальности; основные индивидуально-психологические характеристики личности и их влияние на индивидуальный стиль деятельности и общения обучающихся; основные подходы к определению индивидуальных особенностей; образовательные результаты определенного уровня образования и основные подходы к их определению.

Уметь:

- оценивать полученный образовательный результат в соответствии с требованиями ФГОС, давать рекомендации по коррекции образовательного процесса;

- дифференцировать индивидуальные особенности обучающихся и отбирать обоснованный диагностический инструментарий для количественного и качественного измерения индивидуально-психологических особенностей, обучающихся; подобрать современный инструментарий для оценки образовательных результатов.

Владеть:

- приемами выбора целесообразных методов, форм, средств достижения образовательных результатов на основе принципов объективности и достоверности;

- навыком осмысленного и обоснованного отбора инструментария для количественного и качественного измерения индивидуально-психологических особенностей обучающихся.

Знает:

- нормативно-правовые основы воспитательной деятельности в российском образовании, целевые ориентиры и ценностные основы воспитательной деятельности в образовательной среде дошкольной образовательной организации

особенности общения и взаимодействия, функции, уровни, виды и средства общения, основные характеристики групп, этапы и факторы развития групп, особенности коллектива, лидерства, стилей руководства, закономерности межгруппового взаимодействия

Уметь:

- обосновывать применение методов, форм, средств и приемов организации воспитания дошкольников на основе специальных

научных знаний в области педагогики, истории педагогики, сравнительной педагогики

- использовать психологические механизмы и закономерности взаимодействия в профессиональной деятельности

Владеть:

- приемами анализа педагогической ситуации, профессиональной рефлексии на основе специальных научных знаний, в том числе в предметной области, применяемых для создания воспитывающей образовательной среды

- навыками организации взаимодействия с участниками образовательного процесса

Знать: особенности психического отражения, функции психики, особенности сознания и самосознания; понятие индивида, личности, индивидуальности и субъекта, индивидуально-психологические характеристики и их значение: характеристики типов темперамента, индивидуального стиля деятельности, особенности формирования и развития характера, способностей, воли, потребностей, мотивов, эмоциональных явлений, Я-концепции, познавательных процессов, интеллекта, креативности и творческого мышления.

Уметь: дифференцировать индивидуально-психологические особенности (темперамента, характера, деятельности и поведения, способностей, познавательных процессов и когнитивного развития, потребностей, мотивов, воли, самосознания).

Владеть: навыками учета индивидуально-психологических особенностей в профессиональной деятельности

Знает требования нормативно-правовых актов в сфере образования, теоретические основы проектирования основных и дополнительных образовательных программ в дошкольном образовании

Умеет создавать проекты основных и/или дополнительных программ образования дошкольников в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов

Владеет приемами отбора содержания и педагогических средств для включения их в проектируемую основную и/или дополнительную программу образования дошкольников

Знает подходы к организации обучения и воспитания в современном российском образовании и в зарубежном образовании с различным контингентом обучающихся

Умеет составлять индивидуальный образовательный маршрут с учетом особенностей контингента детей в дошкольной образовательной организации и согласно требованиям ФГОС

Владеет приемами отбора целесообразных методов, форм, средств образования дошкольников, в том числе с особыми образовательными потребностями, с целью организации их индивидуальной и совместной образовательной деятельности

Знает историю и подходы к реализации идеи наставничества в российском образовании, его направления и формы, технологии и средства реализации, особенности реализации при работе с детьми дошкольного возраста

Умеет составлять план воспитательной работы с дошкольниками с учетом их культурных различий, возрастных и индивидуальных особенностей

Владеет приемами создания для детей дошкольного возраста ситуаций нравственного выбора

	<p>Знает отечественные и зарубежные подходы к типологии образовательных трудностей, основы педагогического контроля и оценки, особенности их проведения в дошкольном образовании</p> <p>Умеет выявлять образовательные трудности у дошкольников, анализировать причины их возникновения, предлагать меры по коррекции образовательного процесса</p> <p>Владеет приемами выбора целесообразных методов, форм, средств для преодоления образовательных трудностей у дошкольников</p> <p>Знать: Особые образовательные потребности обучающихся</p> <p>Уметь: Адаптировать и применять психолого-педагогические технологии в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: Методами, формами, средствами и технологиями профессиональной деятельности, необходимыми для индивидуализации обучения, развития, воспитания, в том числе деятельности обучающихся с особыми образовательными потребностями</p> <p>Знать: основные психологические закономерности познавательных процессов, когнитивного развития, структуру интеллекта, развития личности, основы психологического и социального здоровья</p> <p>Уметь: анализировать функционирование познавательных процессов и интеллекта, личности и создавать психолого-педагогические условия для развития личности индивидуальности образовательном процессе и укрепления социального и психологического здоровья обучающихся</p> <p>Владеть: навыками продуктивного взаимодействия с обучающимися</p> <p>Знает требования ФГОС к содержательным линиям образовательной деятельности, реализуемой в ДОО, имеет специальные научные знания в области педагогики, истории педагогики, сравнительной педагогики в объеме, необходимом для решения педагогических, научно-методических и организационно-управленческих задач</p> <p>Умеет проектировать собственную педагогическую деятельность с учетом имеющихся специальных научных знаний в области педагогики, истории педагогики, сравнительной педагогики</p> <p>Владеет приемами отбора предметного содержания и с использованием современных методик и технологий развития, обучения, воспитания обучающихся на основе специальных научных знаний в области педагогики, истории педагогики, сравнительной педагогики</p>
Элементы модуля	<p>Программа дисциплины «Общая педагогика»</p> <p>Программа дисциплины «Общая психология с практикумом»</p> <p>Программа дисциплины «Психология развития и возрастная психология»</p> <p>Программа дисциплины «Специальная педагогика и психология»</p> <p>Программа практики «Учебная ознакомительная (симуляционная) практика»</p>
Разработчики	<p>Мычко Е.И., д.п.н., профессор ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»;</p> <p>Кайгородова О.В., к.п.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»;</p> <p>Потменская Е.В., д.п.н., профессор ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»;</p> <p>Несына С.В., к.псих.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»;</p>

	<p>Старовойт Н.В., к. п. н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»; Митина Ю.С., к.п.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»; Якименко В. А., к.п.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук».</p>
--	--

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Основы коммуникации» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	<p>формирование научного представления о коммуникации, ее моделях, уровнях и видах, структуре коммуникационного процесса, специфике массовой коммуникации как вида деятельности, развитие умения грамотно использовать возможности коммуникации в профессиональной деятельности математика; развитие у студентов личностных качеств, направленных на создание эффективной коммуникации, а также формирование обще-культурных компетенций в соответствии с требованиями образовательного стандарта</p>
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-3.1. Определяет коммуникативную стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели.  УК-3.2. Осуществляет обмен информацией с другими членами команды, выбирает эффективные инструменты коммуникации  УК-4.1. Осуществляет выбор коммуникативных стратегий и тактик в соответствии с коммуникативной задачей  УК-4.2. Соблюдает основные требования коммуникативного кодекса в различных коммуникативных ситуациях.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>Знать:</b>  основы стратегирования коммуникации и принципы поэтапного достижения стратегии;  особенности межличностной устной и письменной коммуникации как вида коммуникации; правила осуществления коммуникации в зависимости от прагматических установок общения; основные признаки регистров общения: официального, неофициального, нейтрального; условия, необходимые для достижения успешной коммуникации; компоненты сильной и слабой коммуникативной позиции и факторы коммуникативного равновесия.</p> <p><b>Уметь:</b>  определить содержание стратегии, тактики и приемы ее реализации, строить коммуникацию в группе с помощью вербальных и невербальных средств;  преодолевать коммуникативные барьеры и неудачи при помощи адекватного использования коммуникативных стратегий и тактик; использовать и при необходимости трансформировать теоретические модели в соответствии с конкретной (реальной) коммуникативной ситуацией;  оценивать особенности аудитории, удерживать и активировать ее внимание;  определить характер делового общения, построить деловую письменную коммуникацию с помощью вербальных и невербальных средств.</p>

	<p><b>Владеть:</b>  навыками построения стратегии коммуникации в группе и достижения поставленной цели, составляющими коммуникативную компетентность личности;  навыками успешной коммуникации в сфере делового общения; базовыми навыками, составляющими коммуникативную компетентность личности, включая навык оценивания коммуникативной компетентности коммуникатора и коммуниканта, в том числе и в отношении собственной личности.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Вербальная и невербальная коммуникация  Формы и виды речевой деятельности. Диалог — монолог — полилог  Коммуникативные нормы и правила  Коммуникативные стратегии и тактики  Практикум по публичной коммуникации  Практикум по научной коммуникации  Практикум по деловой коммуникации  Коммуникативный практикум. Тренировка коммуникативных навыков. Коммуникация в группах  Коммуникативный практикум. Манипуляции в коммуникации.  Развитие навыков публичных выступлений</p>
<p>Разработчик</p>	<p>Цвигун Т.В. канд. филол. наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»; Суворова Н.А. канд. филол. наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»; Остапенко А.А. канд. филол. наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»; Черняков А.Н. канд. филол. наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»; Вертинская О.М. канд. филол. наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Основы российской государственности» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	<p>формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.</p>
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям.</p> <p>УК-5.2. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p> <p>УК-5.3. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.</p> <p>УК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представлять их в актуальной и значимой перспективе;</li> <li>- особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;</li> <li>- фундаментальные ценностные принципы российской цивилизации (такие как многообразие, суверенность, согласие, доверие и созидание), а также перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость)</li> </ul>

	<p>- иметь представление о цивилизационном характере российской государственности, её основных особенностях, ценностных принципах и ориентирах; о ключевых смыслах, этических и мировоззренческих доктринах, сложившихся внутри российской цивилизации и отражающих её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер; о наиболее вероятных внешних и внутренних вызовах, стоящих перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, ключевых сценариях перспективного развития России.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- адекватно воспринимать актуальные социальные и культурные различий, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям;</li> <li>- находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;</li> <li>- проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками осознанного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции;</li> <li>- навыками аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера;</li> <li>- развитым чувством гражданственности и патриотизма, навыками самостоятельного критического мышления.</li> </ul>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое Россия</li> <li>2. Российское государство-цивилизация</li> <li>3. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации</li> <li>4. Политическое устройство России</li> <li>5. Вызовы будущего и развитие страны</li> </ol>
<p>Разработчик</p>	<p>Жданович Л.Н. к.и.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Модуль правовой» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Формирование универсальной компетенций студентов различных направлений подготовки бакалавриата, специалитета, базового высшего образования, позволяющих реализовывать консультационные услуги по юридическим вопросам различным группам населения.
<b>Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины</b>	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.
<b>Результаты освоения образовательной программы (ИДК)</b>	УК.6.1. Определяет свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели УК.6.2. Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении основного и дополнительного образования УК.6.3. Владеет умением рационального распределения временных и информационных ресурсов
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<b>Знать:</b> - основные закономерности формирования, функционирования и развития права; - ценностные ориентиры правового регулирования общественных отношений и необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы действующего законодательства. <b>Уметь:</b> - оперировать основными теоретико-правовыми понятиями и категориями, выявлять, описывать и систематизировать их существенные признаки, применять при анализе правовых фактов, правовых текстов; - грамотно применять правовые нормы для решения профессиональных задач, правильно толковать термины, используемые в законодательстве. - осуществлять подготовку проектов нормативных правовых актов для различных уровней нормотворчества и сфер профессиональной деятельности. <b>Владеть:</b> - теоретико-правовой терминологией; - навыками анализа закономерностей формирования, функционирования и развития права; - навыками использования различных приемов и способов толкования норм права для уяснения и разъяснения их смысла и содержания; - приемами правотворческой техники, используемыми на различных этапах правотворческой деятельности.
<b>Краткая характеристика</b>	Тема 1. Общая теория права. Тема 2. Основы конституционного права.

<b>учебной дисциплины (основные блоки и темы)</b>	Тема 3. Основы административного права. Тема 4. Основы частного права. Тема 5. Основы трудового права. Тема 6. Механизмы защиты прав человека.
<b>Разработчики</b>	Ежова Т.Г., к.ю.н., доцент ОНК «Институт управления и территориального развития»

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Проектная мастерская» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	изучения дисциплины является формирование умения организовать и руководить работой проектной команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.
Компетенции, формируемые в результате освоения 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 УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК.2.1. Демонстрирует знание правовых норм достижения поставленной цели деятельности УК.2.2. Формулирует в рамках поставленной цели совокупность задач, обеспечивающих ее достижение УК.2.3. Использует оптимальные способы для решения определенного круга задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения УК-3.1. Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели УК.3.2. Осуществляет обмен информацией с другими членами команды, осуществляет презентацию результатов работы команды УК-3.3. Адаптируется в профессиональном коллективе
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> принципы тайм-менеджмента, подходы к управлению проектом <b>Уметь:</b> применять технологии создания и работы в командах, пути формирования и развития лидерского потенциала, методики управления конфликтами и стрессами <b>Владеть:</b> - навыком организации команды и руководством ее работой, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели; - навыками анализа и систематизации информации, представления обработанных данных в виде отчетов, публикаций, презентаций; - навыками использования принципов тайм-менеджмента и эффективного управления проектами для рационального распределения временных и информационных ресурсов; - методами генерации новых идей при решении практических задач, в том числе в междисциплинарных областях.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. БФУ как проектный университет Тема 2. Особенности проектного мышления и деятельности Тема 3. Экспресс проектирование Тема 4. Защита проекта
Разработчик	Саберов Р.А. директор департамента организации образовательной деятельности

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Социология массовых коммуникаций» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать представление о функционировании средств массовых коммуникаций в социологическом аспекте; сформировать компетенции по сбору и обработке качественной и количественной социальной информации для профессиональных целей.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК 5.1. Имеет представление о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом аспекте УК 5.2. Демонстрирует знания межкультурного разнообразия общества в этическом контексте ОПК-4.1 Владеет методами фундаментальных и прикладных социологических исследований, методами сбора и обработки данных. ОПК-4.2 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. ОПК-4.3 Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые тексты и (или) продукты.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-5</b> Знать: - основные концепции социологии массовых коммуникаций; - международный опыт и российскую практику организации исследовательской деятельности. Уметь: - анализировать основные показатели, характеризующие конъюнктуру рынка, поведение потребителей. Владеть: - навыками анализа сообщений массовой коммуникации в профессиональной деятельности. <b>ОПК-4</b> Знать: - методы фундаментальных и прикладных социологических исследований. Уметь: - интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; - прогнозировать потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые тексты и (или) продукты. Владеть: - методами сбора и обработки данных.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема. Аудитория как адресат массовой коммуникации. Социологические методы исследования массовой коммуникации. PR и журналистская- деятельность в пространстве массовой коммуникации.
Разработчики	Берендеев М. В., доцент, кандидат социологических наук

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Социология» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	обеспечить понимание студентами природы социальной действительности, научиться использовать эмпирические исследования в своей деятельности, развивать социологическое мышление будущего бакалавра.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Демонстрирует знания системы общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития. ОПК-2.2. Демонстрирует принципы объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах при освещении. ОПК-4.1 Владеет методами фундаментальных и прикладных социологических исследований, методами сбора и обработки данных. ОПК-4.2 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. ОПК-4.3 Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые тексты и (или) продукты.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	ОПК-2 Знать: - основные социологические теории и концепции, раскрывающие систему общественных и государственных институтов и механизмов их функционирования; - основные принципы обеспечения объективного социологического анализа. Уметь: - применять в своей практической полученные знания об основах установления отношений между компонентами общественных и государственных институтов; - использовать принципы объективного анализа в своей профессиональной деятельности. Владеть: - навыками разработки и реализации простейших программ эмпирических социологических исследований изучения системы общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования; - навыками оценки объективности итогов анализа социальной действительности. ОПК-4 Знать: - источники основной социологической информации;

	<p>- основные социологические категории.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- интерпретировать данные эмпирических социологических исследований;</li> <li>- различать понятия "социальная группа" и "аудитория".</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- первичными навыками проведения социологических исследований;</li> <li>- первичными навыками оценки процессов, происходящих в аудитории.</li> </ul>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Основные социологические теории и концепции при зарождении социологического знания. Позитивизм О. Конта, органическая социология Г. Спенсера, марксистская социология, Э. Дюркгейм и теория аномии, понимающая социология М. Вебера</p> <p>Социальная структура и социальные процессы. Социальные группы. Социальные институты. Социальные изменения. Мобильность как социальное изменение. Девиация и социология преступности.</p> <p>Методология и методы социологии. Программа социологического исследования. Количественные и качественные методы. Опросы и их виды. Анализ документов. Фокус-групповой опрос. Социологический эксперимент. Анализ социальных сетей.</p>
Разработчики	Кривошеев Владимир Вениаминович, доктор социологических наук, профессор

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Стратегии личностно-профессионального развития» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Адаптация обучающихся первого курса к условиям осуществления основных направлений, процессов в деятельности вуза, знакомство с возможностями проектирования и построения жизненно-образовательного маршрута в университете.
<b>Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины</b>	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
<b>Результаты освоения образовательной программы (ИДК)</b>	УК.6.1. Определяет свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели УК.6.2. Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении основного и дополнительного образования УК.6.3. Владеет умением рационального распределения временных и информационных ресурсов
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<b>Знать:</b> - методы генерирования новых идей при решении практических задач, в том числе в междисциплинарных областях; - стратегии поведения в нестандартных ситуациях, которые могут возникнуть в процессе коммуникации, пути их решения; - характеристики и механизмы процессов саморазвития и самореализации личности. <b>Уметь:</b> - выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития; - применять технологии создания и работы в командах, пути формирования и развития лидерского потенциала, методики управления конфликтами и стрессами - грамотно управлять своим временем, как наиболее ценным ресурсом. <b>Владеть:</b> - навыками определения и реализации приоритетности собственной деятельности и способов ее совершенствования на основе самооценки - навыками создания проекта персонального учебного плана, обеспечивающего индивидуальную образовательную траекторию в обучении профессии - умением организовать команду и руководить ее работой, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</b>	Тема 1. Стратегии личностно-профессионального развития студентов в образовательной среде вуза. Тема 2. Введение в электронную среду вуза. Тема 3. Введение в социо-коммуникативную среду вуза. Тема 4. Введение в проектную среду вуза.

<b>Разработчики</b>	Саберов Р.А. директор департамента организации образовательной деятельности; Азарова О.В. заместитель директора департамента организации образовательной деятельности
---------------------	--

<p><b>АННОТАЦИЯ</b>  рабочей программы дисциплины  «Физическая культура и спорт»  Шифр: 42.03.01  Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»  Профиль: «Реклама и связи с общественностью»  Квалификация выпускника: бакалавр</p>	
<p><b>Цель изучения дисциплины</b></p>	<p>Формирование физической культуры личности и способности направленного использования средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, повышения уровня работоспособности и физической подготовленности к будущей жизни и профессиональной деятельности.</p>
<p><b>Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины</b></p>	<p>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p>
<p><b>Результаты освоения образовательной программы (ИДК)</b></p>	<p>УК-7.1. Знает виды физических упражнений; научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни  УК-7.2. Демонстрирует необходимый уровень физических кондиций для самореализации в профессиональной деятельности.  УК-7.3. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования.</p>
<p><b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b></p>	<p><b>Знать:</b>  Роль физической культуры и спорта в развитии личности, подготовке к профессиональной деятельности, влияние физической культуры на укрепления здоровья.  Основные средства и методы физического воспитания.  Методы оценки и контроля физического развития и физической подготовленности.</p> <p><b>Уметь:</b>  Использовать средства и методы физической культуры для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования и самовоспитания, формирования здорового образа и стиля жизни;  Выполнять комплексы упражнений оздоровительной, адаптивной (лечебной) физической культуры и профессионально прикладной направленности.</p> <p><b>Владеть:</b>  Методикой самостоятельно применять средства и методы физического воспитания, методами контроля состояния организма при физических нагрузках;  Опытом ведения здорового образа жизни, участия в физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности.</p>
<p><b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</b></p>	<p>Физическая культура и спорт в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.  Универсиады. История комплексов ГТО и БГТО. Новый Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс.  Социально-биологические основы физической культуры.  Основа здорового образа жизни студента.  Лечебная физическая культура и спорт как средство профилактики и реабилитации при различных заболеваниях.</p>

	<p>Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности.</p> <p>Физическая подготовка в системе физического воспитания.</p> <p>Спорт. Классификация видов спорта. Особенности занятий индивидуальным видом спорта или системой физических упражнений.</p> <p>Современные оздоровительные системы физических упражнений.</p> <p>Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями.</p> <p>Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Физическая культура и спорт в профессиональной деятельности специалиста.</p> <p>Основы судейства соревнований базовых видов спорта.</p>
<b>Разработчики</b>	<p>Воронин Д.И., к.п.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук», Томашевская О.Б., к.п.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук», Соболева Лилия Леонидовна, ст.преподаватель ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Модуль физкультурно-оздоровительный» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Формирование универсальной компетенций студентов различных направлений подготовки бакалавриата, специалитета, базового высшего образования, позволяющие разрабатывать и реализовывать физкультурно-оздоровительные и досуговые фитнес-услуги различным группам населения.
<b>Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины</b>	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
<b>Результаты освоения образовательной программы (ИДК)</b>	УК.6.1. Определяет свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели УК.6.2. Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении основного и дополнительного образования УК.6.3. Владеет умением рационального распределения временных и информационных ресурсов
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<b>Знать:</b> - способы самоанализа и самооценки собственных сил и возможностей; - стратегии личностного развития; - методы эффективного планирования времени; - эффективные способы самообучения и критерии оценки успешности личности. <b>Уметь:</b> - определять задачи саморазвития и профессионального роста, распределять их на долго- средне- и краткосрочные с обоснованием их актуальности и определением необходимых ресурсов; - планировать свою жизнедеятельность на период обучения в образовательной организации; - анализировать и оценивать собственные силы и возможности; выбирать конструктивные стратегии личностного развития на основе принципов образования и самообразования. <b>Владеть:</b> - приемами целеполагания, планирования, реализации необходимых видов деятельности; - приемами оценки и самооценки результатов деятельности по решению профессиональных задач; - инструментами и методами управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</b>	Тема 1. Теоретико-методические основы физкультурно-оздоровительных занятий. Тема 2. Медико-биологические основы физкультурно-оздоровительных занятий. Тема 3. Основы оздоровительной тренировки.

	Тема 4. Виды фитнеса по направлениям.
<b>Разработчики</b>	Семенов Д.А., к.п.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук», Томашевская О.Б. , к.п.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Философия» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	создание у студентов целостного системного представления о мире и месте человека в нем, формирование основ философского мировоззрения и критического мышления
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям.</p> <p>УК-5.2. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p> <p>УК-5.3. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.</p> <p>УК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>Знать:</b> основные философские понятия и категории.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать знания в области философии для анализа социально-значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы человека и общества.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Тема 1. Место и роль философии в культуре.</p> <p>Тема 2. Основные этапы исторического развития философии и особенности современной философии.</p> <p>Тема 3. Философское учение о бытии.</p> <p>Тема 4. Сознание как философская проблема.</p> <p>Тема 5. Познание, его возможности и границы; особенности научного познания.</p> <p>Тема 6. Философское учение об обществе.</p> <p>Тема 7. Природа человека и смысл его существования.</p> <p>Тема 8. Философское учение о ценностях.</p> <p>Тема 9. Философские проблемы науки и техники; проблемы и перспективы современной цивилизации.</p>
Разработчики	Литвин В.Л., кандидат философских наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» Шифр: 42.03.01 Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью» Профиль: «Реклама и связи с общественностью» Квалификация выпускника: бакалавр	
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности, систематическое физическое самосовершенствование.
<b>Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины</b>	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
<b>Результаты освоения образовательной программы (ИДК)</b>	УК-7.1. Знает виды физических упражнений; научно-практические основы физической культуры и здорового образа и стиля жизни УК.7.2. Демонстрирует необходимый уровень физических кондиций для самореализации в профессиональной деятельности. УК-7.3. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<b>Знать:</b> Методы оценки и контроля физического развития, функционального состояния и физической подготовленности. Разнообразие средств и методов физической культуры и спорта, систем физических упражнений. Влияние физической культуры на сохранение и укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек. <b>Уметь:</b> Использовать разнообразные средства и методы физической культуры и спорта для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования и самовоспитания, формирования здорового образа и стиля жизни. <b>Владеть:</b> Методами контроля состояния организма при физических нагрузках, опытом участия в физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности и пропаганды здорового образа жизни.
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</b>	Тема 1. Техника безопасности самоконтроль в избранном виде двигательной активности Тема 2. Общая физическая подготовка в избранном виде двигательной активности. Тема 3. Специальная физическая подготовка в избранном виде двигательной активности. Техника основных двигательных действий Тема 4. Физическая подготовленность для социальной и профессиональной деятельности
<b>Разработчики</b>	Воронин Д.И., к.п.н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук», Томашевская О.Б., к.п.н., доцент ОНК

	«Институт образования и гуманитарных наук», Соболева Лилия Леонидовна, ст.преподаватель ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»
--	--

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Антикризисный пиар» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки: общий профиль квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов теоретических и практических знаний в области теории связей с общественностью в кризисных ситуациях. Обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы специалистов по связям с общественностью в общественной, коммерческой и некоммерческой сферах в условиях кризиса и конфликтных ситуациях.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ПК-6 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом. ПК-6.1 Демонстрирует знание и применение принципов деловой этики в профдеятельности. ПК-6.2 Работает с правовой документацией, регламентирующей профессиональную деятельность. ПК-6.3 При подготовке медиатекстов, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>ОПК-7</b> <b>Знать:</b> правовые нормы, регулирующие деятельности пиар-специалиста в России, права и обязанности пиар-специалиста, этико-правовые способы разрешения возможных профессиональных конфликтов. <b>Уметь:</b> - разрабатывать антикризисную платформу; - организовывать антикризисные мероприятия; - формировать антикризисную стратегию предприятия; - применять правила профессиональной этики в служебной деятельности. <b>Владеть:</b> - навыками разработки и применения антикризисных стратегий. <b>ПК-6</b> <b>Знать:</b> - принципы деловой этики в профдеятельности; - основные принципы антикризисного пиара. <b>Уметь:</b> - осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения задач в кризисных ситуациях; - работать с правовой документацией, регламентирующей профессиональную деятельность.

	<p><b>Владеть:</b> - приемами диагностики кризисной ситуации.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Актуальность изучения и специфика кризисных ситуаций в связях с общественностью. Внутриличностная и межличностная коммуникации в кризисных ситуациях. Человеческий фактор. Управление конфликтами в условиях кризиса организации. Основные принципы антикризисного управления. Антикризисный PR в различных сферах общественно-политической жизни общества.</p>
Разработчики	<p>кандидат филологических наук, доцент Сивкова А.В., ст. преподаватель Струкова Е.М.</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Бренд-менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование у обучающихся понимания особенностей разработки и продвижения торговой марки на основе внедрения в сознание потребителей позиционирования и элементов системы образа бренда.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, выстраивает систему коммуникаций в организации, формирует имидж и деловую репутацию организации.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-5.1 Выполняет функционал менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. ПК-5.2 Разрабатывает и реализует проекты по созданию брендов ПК-5.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - основные коммуникационные технологии, приемы и методы, необходимые для построения системы коммуникации в организации. Уметь: - разрабатывать и реализовывать проекты по созданию брендов. Владеть: навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Торговая марка: сущность и основные понятия Тема 2. Позиционирование торговой марки Тема 3. Текстовые идентификаторы торговой марки Тема 4. Терминологические основы брендинга Тема 5. Технология разработки системы образа бренда
Разработчик	кандидат исторических наук, доцент Андрей Алексеевич Мышанский

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Геобрендинг и управление территорией» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование у студентов комплекса знаний о месте геобрендинга в системе массовых коммуникаций, необходимых для установления коммуникативных связей при разработке проектов по геобрендингу;</li> <li>- освоение коммуникативных инструментов геобрендинга, анализ коммуникативных практик, сложившихся на основе использования коммуникаций разного типа и опыта разносторонней работы с целевой аудиторией;</li> <li>- приобретение навыков проектирования основных коммуникативных программ геобрендинга на региональном и федеральном уровне.</li> </ul>
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-5 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, выстраивает систему коммуникаций в организации, формирует имидж и деловую репутацию организации.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-5.1 Выполняет функционал менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. ПК-5.2 Разрабатывает и реализует проекты по созданию брендов. ПК-5.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: теории и инструменты территориального брендинга; принципы формирования территориальных брендов; критерии оценки эффективности территориального бренда; принципы управления брендами регионов. Уметь: анализировать существующие бренды территорий; применять на практике технологии создания бренда территории; выявлять проблемы развития территориального брендинга. Владеть: навыками организации процесса брендинга территории; технологиями создания и продвижения бренда территории; Должен демонстрировать способность и готовность: анализировать существующие бренды территорий
Краткая характеристика учебной дисциплины	Коммуникационный, экономический и социальный аспекты геобрендинга: содержание, взаимосвязь и различия. Структура коммуникативной модели геобрендинга. Коммуникационные средства в геобрендинге. Принципы построения коммуникации в геобрендинге: коммуникация на 360 градусов, трансверсальная коммуникация. Имидж территории как результат информационно-коммуникативной деятельности. Роль инфраструктуры территории и политико-административного управления в геобрендинге. Целевая аудитория в геобрендинге. Группы целевой аудитории. Технологии воздействия на целевую аудиторию. Результат геобрендинга, критерии и методы оценки геобренда
Разработчик	Сивкова Анна Вадимовна, доцент, к.ф.н.

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Графический дизайн» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	развитие проектно-художественных способностей в процессе овладения студентами основ графической культуры, научить студентов принципам и средствам проектирования объектов графического дизайна - книги, буклета, плаката и пр.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-7.1 Обладает знанием дизайн-проектирования объектов визуальной информации и коммуникации, методах и способах решения проектного задания. ПК-7.2 Применяет в профессиональной деятельности современные технологические решения, средства, приемы и методы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - основные графические редакторы; - особенности основных видов печатной продукции и их изготовление, технологию дизайнерской работы; -функциональные и эстетические требования, предъявляемые к изготовлению объектов графического дизайна. Уметь: - классифицировать объекты печатной продукции графического дизайна; -работать в графических редакторах; -владеть основами проектирования плакатов, буклетов, логотипов, визиток и пр., создать макет печатной продукции (верстка). Владеть: - владеть специализированными программами для проектирования.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Рассмотрение основных графических редакторов, их достоинства и недостатки. Специфика графических редакторов в зависимости от дизайнерских задач. Работа со шрифтами, подбор шрифтов в зависимости от дизайнерской задачи. Работа с текстом. Создание векторной графики, паттернов, мокапов. Обработка фотографий в графическом редакторе и подготовка к печати. Дизайн и макетирование рекламных материалов: визитки, листовки, брошюры, баннеры и т.д. Форматы книг, основные разделы книги и особенности их оформления. Оформление обложки книги, типы обложек, переплеты. Верстка книги Подготовка издания к печати. Особенности подготовки макетов к печати в зависимости от технологии печати. Разработка логотипа и элементов фирменного стиля. Вёрстка бренд-бука.

	Разработка дизайна упаковки.
Разработчик	Струкова Елена Михайловна, ст. преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Ивент-менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «общий профиль» квалификация выпускника <i>бакалавр</i>	
Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов комплексных навыков организации и проведения широкого спектра мероприятий (событий), освоения основных методов планирования, организации и контроля эффективности мероприятия.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<b>ОПК-4</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-4.1 Владеет методами фундаментальных и прикладных социологических исследований, методами сбора и обработки данных. ОПК-4.2 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. ОПК-4.3 Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые тексты и (или) продукты.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>ОПК-4</b> <b>Знать:</b> - теоретические аспекты проектирования и реализации специальных мероприятий; - особенности режиссуры специальных мероприятий; <b>Уметь:</b> подстраиваться под ситуацию, выходить из нестандартных положений <b>Владеть:</b> - методами построения событийных коммуникационных моделей; - механизмом реализации успешного события.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий. Типология и классификация мероприятий. Ивент-менеджмент как инструмент управления персоналом. Ключевые понятия ивент-индустрии. Мировые тенденции в ивент-индустрии. Структурный план проекта. Жизненный цикл проекта, этапы подготовки и реализации. Принципы разработки ивент-мероприятий: эксклюзивность, инновационность, интерактивность, оригинальность, взаимовыгодная деятельность всех объектов ивент-менеджмента и др. Проектная документация. Рабочая группа на мероприятии. Зоны ответственности. Целевая аудитория ивент-мероприятий. Этапы взаимодействия с поставщиками (оценка потребностей и ресурсов, определение бюджета, отбор поставщиков, рассылка ценовых запросов, рассмотрение предложений, выбор поставщиков, подписание договоров, контроль за исполнением). Разработка концепции мероприятия, сценарного плана. Сводный план «WiW». Лицо или лица мероприятия. Контрольный маркер «Пяти чувств»: зрение - освещение, шоу, указатели, логотип, цветовое оформление, дресс-код, бэйджи; слух – акустика, музыкальное сопровождение, звуковые сигналы, звуковой фон; осязание – спонсорский пакет, раздаточные материалы; обоняние – инспекция запахов, ассоциация, посторонние запахи; вкус – еда, напитки, анти-стресс. Дизайн сервиса.
Разработчики	Старший преподаватель Малюх Дмитрий Владимирович

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «История зарубежной литературы» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов общее представление о развитии западноевропейских литератур в единстве литературного, социокультурного, философского, исторического аспектов, сформировать ценностное отношение к изучению мировой литературы как важнейшей составляющей интеллектуального и духовного развития личности.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	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 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1. Выбирает источники информации и осуществляет поиск информации для решения поставленных задач УК-1.2. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения и выявлять степень доказательности на поставленную задачу УК-1.3. Определяет рациональные идеи для решения поставленных задач УК-5.1. Имеет представление о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом аспекте УК-5.2. Демонстрирует знания межкультурного разнообразия общества в этическом контексте УК-5.3. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2 Осуществляет авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> - основные научные подходы к исследуемому материалу; - основные методы научно-исследовательской деятельности в данной области; - характерные черты и эстетические приметы зарубежного искусства и литературы; - закономерности развития зарубежной литературы в сопряжении с гражданской историей и историей культуры различных народов; - основные эстетические стили, литературные течения и направления; специфические особенности стиля и творчества отдельных писателей;

- основные этапы и процессы развития зарубежной литературы, их влияние на отечественную литературу в различные исторические периоды.

**Уметь:**

- выделять и систематизировать основные идеи текста;
- критически оценивать любую поступающую информацию, вне зависимости от источника;
- избегать автоматического применения стандартных формул и приемов при решении задач;
- раскрывать особенности содержания и формы произведений зарубежной литературы с использованием основных понятий и терминов, приемов и методов анализа и интерпретации текстов, принятых в современном литературоведении;
- самостоятельно, исходя из имеющихся теоретико-литературных знаний, анализировать литературное произведение в контексте литературных тенденций эпохи;
- демонстрировать на практике владение ключевыми литературно-критическими письменными жанрами (аннотация, рецензия, обзор, реферат);
- анализировать имеющиеся литературно-критические суждения по творчеству изучаемых писателей с выявлением собственной позиции;
- пользоваться научной и справочной литературой, библиографическими источниками и современными поисковыми системами; излагать устно и письменно свои выводы и наблюдения по вопросам теории и истории зарубежной литературы;
- создавать тексты разного типа (аннотация, комментарий, обзор научных источников, реферат, самостоятельный анализ и интерпретация текста произведения);
- применять полученные знания в научно-исследовательской и других видах деятельности;
- применять на практике полученные знания при решении профессиональных задач в устной и письменной коммуникации

**Владеть:**

- навыками сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования;
- навыками выбора методов и средств решения задач исследования;
- спецификой исследовательского подхода, литературоведческого анализа произведения, возникшего в рамках того или иного переходного направления или течения;
- навыками межкультурного взаимодействия с учетом разнообразия культур;
- навыками исследования и применения опыта зарубежной литературы и журналистики для практики современных российских СМИ

Краткая характеристика учебной дисциплины

Влияние античной литературы на последующие эпохи развития литературы Европы и России. Древнегреческая, эллинистическая и древнеримская мифология. Система жанров греческой и римской литературы. Литература Средневековья и Возрождения. Исландские саги. Ирландский эпос. Структура итальянского, французского, английского сонета и правила его написания. Франсуа Рабле и «раблезианство». Шекспир в английской и русской культуре. «Дон

	<p>Кихот Ламанчский» Сервантеса. Барокко и классицизм как «большие стили»: характерные черты. Особенности французского классицизма. Неоклассицизм, рококо и сентиментализм как основные художественные системы эпохи. Даниэль Дефо и Джонатан Свифт. Жанр антиутопии. Рококо в творчестве Филдинга. Английский сентиментализм. Три этапа в развитии французской литературы (и культуры в целом) XVIII века. Движение «Бури и натиска». Веймарский классицизм как национальный вариант неоклассицизма. Творчество Гете. Французская революция и литература. Братья Шенье. Образ Наполеона: от романтизма до ампира. Особенности развития немецкого романтизма. Первые американские романтики. Философия позитивизма и литература. Романное творчество Флобера. Синтез и смена различных художественных направлений в немецкой литературе: реализм, натурализм, символизм, экспрессионизм. Творчество Т. Манна и Г. Манна до Первой мировой войны. Реализм на рубеже веков. Семейная сага Дж. Голсуорси. Драматургия Б. Шоу. Влияние натурализма в творчестве Т. Гарди. Английский неоромантизм. «Нежный» и «суровый» реализм. Натуралистические, реалистические и неоромантические тенденции в творчестве Дж. Лондона. Черты натурализма в раннем творчестве Т. Драйзера. Английский модернизм. «Век романа» и «парадокс романа». Исторический роман XX века. Творчество Л. Фейхтвангера. Специфика немецкого философского романа. Французский экзистенциалистский роман и европейский театр абсурда. Политический роман в англо-американской литературе. Молодежный роман. Английский интеллектуальный роман XX века. Латиноамериканский роман. Возвращение к традиционному психологическому роману во французской литературе конца XX века. Постмодернизм в литературе второй половины XX века. Мультикультурализм как новая стадия постколониальной ситуации и его отражение в литературе. Восточноевропейская литература XX века. Новая философская литература рубежа веков: Х. Мураками, У. Эко и др.</p>
Разработчики	кандидат педагогических наук, Сыроватко Лада Викторовна

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «История русской литературы» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» знание основных персоналий и произведений русской классической литературы XIX–XX веков, навыки чтения, интерпретации, восприятия эстетического и идейного содержания произведений русской литературы.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1. Выбирает источники информации и осуществляет поиск информации для решения поставленных задач. УК-1.2. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения и выявлять степень доказательности на поставленную задачу. УК-1.3. Определяет рациональные идеи для решения поставленных задач. ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2 Осуществляет авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-1</b> <b>Знать:</b> Методы и способы научного исследования литературного текста, специфику предмета науки о литературе. <b>Уметь:</b> Практически проводить аналитическую работу с литературным текстом на основе понимания целостности текста, контекста и их системной взаимосвязи. <b>Владеть:</b> Приемами аналитической характеристики литературного произведения и литературного процесса, терминологическим аппаратом науки о литературе. <b>ОПК-3</b> <b>Знать:</b> место русской литературы в культурном контексте, культурные функции литературных образов и мотивов. <b>Уметь:</b> выстраивать цитатно-аллюзивное пространство медиатекста с опорой на читательский и культурный опыт. <b>Владеть:</b> жанрами и стилями литературной критики, стилистическими средствами художественной литературы и критики.
Краткая характеристика учебной дисциплины	1810-е–1830-е годы как литературная система. Судьба исторических и актуальных художественно-эстетических формаций. Русский романтизм. Поэтические системы крупнейших писателей эпохи. 1840-е–1850-е годы как литературная система. Становление и художественный опыт русского реализма. Поэтические системы

	<p>крупнейших писателей эпохи. 1860-е–1880-е годы как литературная система. Разнообразие художественно-эстетических систем и поэтик в рамках реализма. Поэтические системы крупнейших писателей эпохи. Реализм и модернизм в русской литературе начала XX века. Символизм как духовно-эстетическое явление. Эволюция и основные мотивы лирики А.Блока. Образы Прекрасной Дамы и Незнакомки. Тема Города и тема России. Поэзия В.И. Иванова, З.Н. Гиппиус, В.Я. Брюсова, Ф.К. Сологуба, Андрея Белого. Проза русских символистов. Реалистическое творчество А.М.Горького, И.А. Бунина, А.И. Куприна. Сочетание реализма и условности в прозе и драматургии Л.Н. Андреева. Постсимволистские эстетические концепции и художественные течения. Понятие об акмеизме, футуризме, новокрестьянской поэзии. Н.С. Гумилев, лирика А.А. Ахматовой в 1910-х гг. Сборник О.Э. Мандельштама «Камень». Понятие о русском авангарде. Поэзия В.В. Маяковского 1910-х гг., поэма «Облако в штанах». Культура послевоенной эпохи и литературный процесс. Периодизация литературного процесса. Кризис и ренессанс революционности в обществе и искусстве. Трансформация и демонтаж социалистического реализма. «Вторая волна» военной литературы, «деревенская» и «городская» проза, поэзия Политехнического, авторская песня. Реконструкция художественно-эстетического разнообразия, неомодернизм, неоавангард, возникновение русского постмодернизма. Поэтические системы наиболее значительных писателей эпохи.</p>
Разработчики	Свиридов Станислав Витальевич, кандидат филологических наук, доцент

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Киноведение» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Познакомить студентов с процессами становления и развития искусства кино, места кино в системе искусств, сформировать общее представление о киноискусстве
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-5.1. Имеет представление о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом аспекте. УК-5.2. Демонстрирует знания межкультурного разнообразия общества в этическом контексте. УК-5.3. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей. ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2 Осуществляет авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-5</b> <b>Знать:</b> основные этапы возникновения и развития мирового кино <b>Уметь:</b> анализировать фильмы как произведения киноискусства <b>Владеть:</b> методами и приемами медиакритики <b>ОПК-3</b> <b>Знать:</b> основные этапы возникновения и развития телевизионного кино <b>Уметь:</b> анализировать телевизионные фильмы как произведения киноискусства <b>Владеть:</b> методами и приемами телекритики.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Рассматриваются процессы становления мирового и отечественного кино. Особое внимание уделяется закономерностям развития языка кино, этапам формирования видов и жанров. Представляется важным формирование представлений о взаимодействии разных видов искусств и массовой коммуникации в XX-XXI вв., о развитии выразительных средств языка кино, позволяющих отражать идейно-эстетические идеи эпохи.
Разработчики	Якшина Дина Васильевна, доцент

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Копирайтинг» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: представить обучающимся вопросы теории современного копирайтинга, сформировать умения и навыки практической работы с рекламными, PR-текстами, текстами деловой коммуникации (навыки анализа информации и подготовки собственных текстов).
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных, рекламных и пиар кампаний, проектов и мероприятий. ПК-2 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК – 1.1 Создает авторский текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт любого уровня сложности. ПК - 1.2. Готовит план пиар-кампании. ПК-2.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта" ПК-2.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> - нормы современного русского языка и особенности их применения в практике интегрированных коммуникаций; - жанры деловой, PR-документации, рекламных текстов; - структуру и стилистические особенности деловой документации, рекламных и PR-текстов; - основы редактирования текстов (критерии, этапы); - виды копирайтинга; - особенности рекламных текстов для разных носителей. <b>Уметь:</b> - вести деловую переписку; - вести деловые переговоры в условиях сотрудничества с российскими и зарубежными партнерами; - готовить рекламные брифы, рекламные и PR-тексты разных жанров и для разных носителей; - проводить анализ контента; - создавать законченное по содержанию рекламное сообщение с использованием вербальных и невербальных средств коммуникации. <b>Владеть:</b> - навыками редактирования документов в соответствии с нормами литературного языка; - умениями и навыками подготовки рекламных и PR-текстов различной жанровой принадлежности; - навыками анализа и подготовки презентационных материалов;

	- навыками деловой коммуникации, навыками работы в группе.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Текст в современной медиакоммуникационной системе Текст как коммуникативный продукт Структура рекламного текста: вербальные составляющие, их виды, требования к написанию Нейминг Способы повышения экспрессивности рекламного текста Визуальная составляющая рекламного сообщения Рекламные тексты различных рекламных носителей Специфика копирайтинга в Интернете Виды и жанры рекламных и PR-текстов. Каналы коммуникации Профессиональные качества копирайтера
Разработчик	Е. М. Тутукова, ст. преподаватель



<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие бизнеса» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	сформировать представление об устойчивом развитии как о прикладной сфере деятельности компании и его влиянии на собственную репутацию и развитие бизнеса.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-6 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-6.1 Демонстрирует знание и применение принципов деловой этики в профдеятельности. ПК-6.2 Работает с правовой документацией, регламентирующей профессиональную деятельность. ПК-6.3 При подготовке медиатекстов, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> - основные принципы взаимодействия крупных предприятий с медиасообществом; - правила и технологии освещения публичных решений и действий предприятий. <b>Уметь:</b> - оценивать последствия принимаемых управленческих решения в медиасфере, в т.ч. эффекты от освещения программ социально-ответственной деятельности предприятия. <b>Владеть:</b> - навыками взаимодействия с медиасообществом
Краткая характеристика учебной дисциплины	Концепция устойчивого развития как цивилизационная модель Экологический аспект устойчивого развития компании Социальный аспект устойчивого развития компании Корпоративная социальная ответственность в России на примере деятельности компаний в сфере ТЭК и их репрезентация в системе массовых коммуникаций
Разработчик	Сивкова Анна Вадимовна, доцент, к.ф.н.

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Корпоративный пиар» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «общий профиль» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов представления о построении корпоративных коммуникаций, создании и укреплении корпоративной культуры, поддержании лояльности персонала к организации.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-5 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, выстраивает систему коммуникаций в организации, формирует имидж и деловую репутацию организации. ПК-6. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-5.1 Выполняет функционал менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. ПК-5.2 Разрабатывает и реализует проекты по созданию брендов ПК-5.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-6.1. Демонстрирует знание и применение принципов деловой этики в профдеятельности. ПК-6.2. Работает с правовой документацией, регламентирующей профессиональную деятельность. ПК-6.3. При подготовке медиатекстов, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>ПК-5</b> Знать: теорию и практику тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. Владеть: навыком тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. <b>ПК-6</b> Знать: - цеховые принципы социальной ответственности; - принципы деловой этики в профдеятельности; - типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. Уметь: - осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов в соответствии с принципами социальной ответственности. - учитывать эффекты и последствия профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Владеть: - этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом; - профессиональными средствами и приемами в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.

<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Управление коммуникационным процессом, как основой передачи информации. Медиа-пространство как доминирующий фактор коммуникационной среды. Внутрикorporативные коммуникации: корпоративные СМИ и используемые в них модели и виды коммуникаций, формирование мнения и основы коммуникации при работе подразделений по связям с общественностью. Корпоративная информационная политика, управление имиджем и репутационные риски. Работа со средствами массовой информации. Методика управления коммуникационными процессами в кризисных ситуациях. Разработка стратегических медиа-планов и формирование корпоративных стандартов PR. Продвижение корпоративных интересов в Интернете и формирование лояльной аудитории. Маркетинговые исследования в рамках корпоративных коммуникаций. Оценка эффективности PR. Психология потребителя информационного продукта и его ожидания. Корпоративная этика и проблемы информационной безопасности.</p>
<p>Разработчики</p>	<p>к.ф.н., доцент Сивкова А.В.</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Культурология» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки: Реклама и связи с общественностью квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	сформировать у студентов целостное представление о культуре как форме человеческого бытия; познакомить обучающихся с историей мировой культуры, особенностями и закономерностями ее развития; со спецификой и проблематикой современной культурологической мысли.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.</p> <p>УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-1.1. Выбирает источники информации и осуществляет поиск информации для решения поставленных задач.</p> <p>УК-1.2. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения и выявлять степень доказательности на поставленную задачу.</p> <p>УК-1.3. Определяет рациональные идеи для решения поставленных задач.</p> <p>УК-5.1. Имеет представление о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом аспекте.</p> <p>УК-5.2. Демонстрирует знания межкультурного разнообразия общества в этическом контексте.</p> <p>УК-5.3. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей.</p> <p>ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2 Осуществляет авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>УК-1:</p> <p><i>Знать:</i> основополагающие текстовые источники и памятники материальной культуры мирового и национального значения; имена и события, связанные с важнейшими этапами истории мировой культуры; основные термины, понятия и проблематику культурологии; иметь представление о своеобразии главных исторических типов культуры; понимать специфику современных социокультурных явлений и процессов в России и за рубежом.</p> <p><i>Уметь:</i> грамотно и целенаправленно осуществлять поиск и отбор информации, необходимой для раскрытия темы; самостоятельно работать с выявленными источниками и данными, а также учебно-методической литературой: критически анализировать и интерпретировать тексты, представляющие теории и практики</p>

	<p>изучения культуры; учитывать культурно-исторический контекст материала; определять значение разных теоретических подходов для конкретной исследовательской практики в сфере изучения культуры; вести дискуссию по изучаемым вопросам из области теории и истории культуры, формулировать и обосновывать свою позицию, подкрепляя ее ссылками на научную литературу.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками индивидуального и коллективного представления результатов самостоятельной работы в устном и письменном виде; понятийным аппаратом дисциплины; основными техниками анализа теоретико-культурологических текстов и методами интерпретации культурно-исторических источников.</p> <p>УК-5:</p> <p><i>Знать:</i> закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур.</p> <p><i>Уметь:</i> анализировать проблемы современного культурологического знания с учетом их социально-исторического и культурно-исторического контекста, с использованием методов и категорий философии культуры; демонстрировать уважение к культурным традициям и ценностям различных социальных групп, выстраивать межкультурную коммуникацию.</p> <p><i>Владеть:</i> приемами анализа различных типов исторических источников; навыками общения с учетом многообразия региональных и национальных культур в их взаимодействии, культурных особенностей и ценностных ориентаций различных общностей и групп (социальных, национальных, религиозных, профессиональных).</p> <p>ОПК-3:</p> <p><i>Иметь представление</i> о значении информации в развитии современного общества.</p> <p><i>Владеть:</i> современными методами и средствами получения информации и использования полученных результатов в создании тематических медиапродуктов.</p> <p><i>Уметь:</i> применять методы хранения и переработки информации, использовать материал дисциплины в проектной деятельности по продвижению проектов и программ в области культуры.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Культура как предмет изучения. Культурология в системе современного гуманитарного знания. Типология культур. Современные концепции культуры. Методы культурологических исследований. Основные понятия культурологии. Культуры первобытного общества и древних цивилизаций. Особенности европейской культуры в период Средневековья и Возрождения. Европейская культура Нового и Новейшего времени. Место и роль России в мировой культуре. Тенденции развития современной культуры. Медиакультура. Культурологические аспекты рекламы (реклама как феномен культуры).</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Полякова Ирина Алексеевна, кандидат философских наук, доцент</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Лингвистические особенности рекламных текстов» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины — формирование представления о лингвистической специфике рекламных и PR-сообщений, функциональном потенциале используемых в них языковых средств.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-1.1 Создает контент и тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-1.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-2.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-2.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	ПК-1 Знать: - составляющие речевой культуры специалистов в сфере рекламы; - потенциал функционально-стилистических ресурсов языка, его выразительных средств. Уметь: - отличать нормативные языковые единицы от ненормативных. Владеть: - навыками оценивания эффективности воздействия используемых в рекламном тексте языковых средств; навыками грамотной эффективной речи в условиях публичной рекламной коммуникации. ПК-2 Знать: - принципы анализа и лингвистической оценки рекламного и PR текста. Уметь: - выбирать из ресурсов языка средств, адекватных коммуникативным задачам рекламного текста. Владеть: - навыками литературного редактирования рекламных текстов.

Краткая характеристика учебной дисциплины	Рекламный текст как предмет лингвистического изучения. Основные понятия теории текста. Язык рекламы и речевая культура современного общества. Типы и жанры рекламных произведений. Литературное редактирование рекламного текста. Фонетико-интонационные черты рекламного текста. Графика, орфография и пунктуация рекламы. Синтаксис и морфология рекламного текста. Словообразовательные ресурсы русского языка, их воздействующие возможности. Лексика и фразеология. Эффекты использования языковой игры. Прецедентные тексты в рекламе. Изобразительно-выразительные средства русского языка и их использование в рекламе.
Разработчики	к.ф.н., доцент института гуманитарных наук О.Л. Кочеткова

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Лингвистический анализ текста» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Познакомить бакалавров с теорией и практикой лингвистического анализа, научить пользоваться методиками лингвистического анализа при работе с текстами различной функциональной принадлежности
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач ПК-2. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1. Выбирает источники информации и осуществляет поиск информации для решения поставленных задач. УК-1.2. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения и выявлять степень доказательности на поставленную задачу. УК-1.3. Определяет рациональные идеи для решения поставленных задач. ПК-2.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-2.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиа-концепции канала
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-1</b> Знать: специфику литературно-художественного времени и пространства; основные лингвистические понятия, применяемые при анализе текста Уметь: выделять ключевые слова и сильные позиции текста; выявлять логико-семантические, грамматические связи в тексте; строить полноценное научное высказывание по проблематике дисциплины, владеет навыками ведения научной дискуссии Владеть: терминологией лингвистического анализа; навыками погружения в текст и выявления его смысловых доминант; методикой лингвистического анализа текстов различной функциональной принадлежности <b>ПК-2</b> Знать: специфику литературно-художественного времени и пространства; основные лингвистические понятия, применяемые при анализе текста Уметь: выявлять смысловые модальности; выделять ключевые слова и сильные позиции текста; выявлять логико-семантические, грамматические, прагматические связи в тексте Владеть: навыками погружения в текст и выявления его смысловых доминант; методикой лингвистического анализа текстов различной функциональной принадлежности.
Краткая характеристика	Текст как единица коммуникации. Текст как произведение речетворческого процесса (И. Р. Гальперин). Текст как результат

<p>учебной дисциплины</p>	<p>взаимодействия плана выражения и плана содержания. Текст в семиотике: осмысленная последовательность любых знаков. Вербальный текст. Текст письменный и устный. Креолизированный текст. Типология текстов Э. Верлиха. Текст как семантико-структурное единство. Виды информации в тексте: содержатель но-фактуальная информация, содержательно- концептуальная информация, содержательно- подтекстовая информация (И. Р. Гальперин). Членимость текста. Объемно-прагматическое и контекстно-вариативное членение текста. Изучение семантического пространства текста. Содержание и смысл художественного текста. Понятия континуума и хронотопа. Специфика литературно-художественного времени и пространства. Доминанты семантического пространства текста.</p> <p>Основные виды информации в тексте. Значимость концептуального пространства для национального языка. Включение языка в концептуальную сферу культуры, связи языка и культуры. Концептуальный анализ, его цель. Этапы концептуального анализа: выявление набора ключевых слов текста, описание обозначенного ими концептуального пространства, определение базового концепта этого пространства. Ключевые слова, сильные позиции текста.</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Наталья Григорьевна Бабенко, доктор филологических наук, профессор</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Массовые коммуникации и медиапланирование» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	расширить и углубить представление студентов о специфике современных массовых коммуникаций на федеральном и региональном уровнях; сформировать представление о стратегиях, тактиках и способах медиапланирования, принятых в сфере рекламы и связей с общественностью; овладеть базовыми навыками составления медиаплана.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<b>ОПК-6</b> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности <b>ПК-5</b> Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, выстраивает систему коммуникаций в организации, формирует имидж и деловую репутацию организации.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<b>ОПК-6.1</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение <b>ОПК-6.2</b> Использует в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. <b>ПК-5.1</b> Выполняет функционал менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. <b>ПК-5.2</b> Разрабатывает и реализует проекты по созданию брендов <b>ПК-5.3</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>ОПК-6</b> Знать: - тактики медиапланирования, принятые в сфере рекламы и связей с общественностью; - способы медиапланирования, принятые в сфере рекламы и связей с общественностью; - правила оформления медиаплана; Уметь: - составлять каталог СМИ региона; - оформлять медиаплан. Владеть: - навыками работы с проектной документацией (каталогом СМИ, медиапланом). <b>ПК-5</b> Знать: - специфику современных массовых коммуникаций на федеральном и региональном уровнях;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- современные стратегии медиапланирования, принятые в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работать в коллективе, выполняя обязанности разной степени сложности, в том числе и в роли руководителя;</li> <li>- выбирать адекватные объекту стратегии медиапланирования;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками планирования деятельности творческого коллектива;</li> <li>- навыками межличностного общения и культуры речи;</li> <li>- навыками работы в микрогруппе в процессе реализации творческого проекта, составления презентации и подготовки к публичной защите проекта</li> </ul>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>СМИ в системе массовых коммуникаций</p> <p>Российский рекламный рынок: структурно-функциональный анализ</p> <p>Базовые модели медиастратегии рекламной кампании</p> <p>Основные показатели медиапланирования</p> <p>Особенности размещения рекламы в СМИ</p>
Разработчик	Друкер М.М., старший преподаватель



<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Мастер-классы по видеосъемке» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	сформировать у студентов навыки работы с видеоматериалами, обучить грамотно и осознанно применять те или иные приемы видеосъемки.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-1.1 Создает контент и тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-1.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-7.1 Обладает знанием дизайн-проектирования объектов визуальной информации и коммуникации, методах и способах решения проектного задания. ПК-7.2 Применяет в профессиональной деятельности современные технологические решения, средства, приемы и методы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - основные понятия, методы, способы и средства получения, хранения, переработки видеоинформации. Уметь: - самостоятельно осваивать новые приемы и способы видеосъемки, переходить на новое программное обеспечение, видеооборудование. Владеть: методами использования видеотехники в нестандартных и/или неблагоприятных условиях.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Динамический диапазон камеры. Экспозиция при видеосъемке. «Зебра». Баланс белого для видеокамеры. Крупность планов. Типы ракурсов. Типы движения камеры. Построение композиции при видеосъемке. Освещённость. Постановка света. Советы для качественной съемки. Линейный и нелинейный монтаж. Десять принципов монтажа видео. Виды монтажа. Принципы монтажа звука. Категории звука. Бесплатные и коммерческие программы для монтажа видео, звука, обработки графики. Пакет программ Adobe.
Разработчик	Сивкова А.В., к.ф.н., доцент, Струкова Е.М., ст. преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Мастер-классы по фотосъемке» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	сформировать у студентов навыки работы с фотоматериалами, обучить грамотно и осознанно применять те или иные приемы фотосъемки.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-1.1 Создает контент и тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-1.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-7.1 Обладает знанием дизайн-проектирования объектов визуальной информации и коммуникации, методах и способах решения проектного задания. ПК-7.2 Применяет в профессиональной деятельности современные технологические решения, средства, приемы и методы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - основные понятия, методы, способы и средства получения, хранения, переработки фотоформации. Уметь: - самостоятельно осваивать новые приемы и способы фотосъемки, переходить на новое программное обеспечение, фотооборудование. Владеть: - методами использования фототехники в нестандартных и/или неблагоприятных условиях.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Свойства света. История открытия фотографии. Фотография сегодня. Цифровая фотография Основные части и устройство фотоаппарата Определение экспозиции. Первая съемка Композиция. Перспектива. Ракурс. Светотень. Смысловый центр. Колорит. Точка и момент съемки. Контрасты. Освещение Пейзаж и архитектура. Портрет. Репортаж. Спортивный. Фото натюрморт. Фотоэтюды. Специальные виды съемки Основы компьютерной графики Программа AdobePhotoshop.
Разработчик	Сивкова А.В., к.ф.н., доцент, Струкова Е.М., ст. преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Медиааналитика» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Ознакомить студентов с анализом процесса кодировки и интерпретации рекламного сообщения, способов передачи того или иного содержания, а также исследованием сообщения через категории, ценности, потребности, к которым отсылает эта реклама, анализом и статистикой рекламы и аудитории.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-3.1 Анализирует социально-культурную и экономическую ситуацию, выявляет факторы, влияющие на региональное развитие. ПК-3.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью. ПК-3.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или пиар-кампании при создании коммуникационного продукта
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> - теоретико-методологические основы медиааналитики; - содержание основных этапов медиааналитического исследования; - параметры, метрики и показатели эффективности (KPI), используемые для оценки коммуникаций. <b>Уметь:</b> - применять понятийный аппарат медиааналитики при исследовании коммуникационных программ и мероприятий; - оценивать качество сложившегося вокруг компании или бренда информационного поля; - использовать информационные технологии для разработки отчетности перед руководством / рапорта о проделанном анализе медиа. <b>Владеть:</b> - навыками использования информационных технологий для анализа потребностей и тенденций рынка (по данным СМИ и социальных медиа); - навыками определения ключевых СМИ, лояльных и нелояльных журналистов, а также основных экспертов и спикеров; - навыками формирования комплексной информационной политики любой компании или публичной персоны.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Медиааналитика как прикладная дисциплина: основные задачи и возможности медиаанализа; медиаизмерения и оценка PR-кампаний; этапы и результаты медиааналитического исследования. Оценка коммуникаций: параметры, метрики, выбор показателей эффективности (KPI): Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций; Метрики, служащие анализу СМИ; Интегральные метрики оценки СМИ; Метрики для анализа социальных медиа; Система KPI PR-специалиста: СМИ; Система KPI PR-специалиста: Social Media; Исследование целевых аудиторий — общие рекомендации; Оценка удовлетворенности клиентов PR-агентств: общие рекомендации.
Разработчики	к.ф.н., доцент Сивкова А.В.

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Методология и современные методы исследований в социально-гуманитарных науках» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки: Реклама и связи с общественностью квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	<i>Цель дисциплины</i> – формирование представлений о теоретико-методологических основах научно-исследовательской деятельности в сфере социогуманитарных наук.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1. Выбирает источники информации и осуществляет поиск информации для решения поставленных задач. УК-1.2. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения и выявлять степень доказательности на поставленную задачу. УК-1.3. Определяет рациональные идеи для решения поставленных задач.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-1</b> <b>Знать:</b> методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности. <b>Уметь:</b> применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач; при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата; использовать методологические подходы в соответствии с проблемной ситуацией, объектом и предметом исследования, целями и задачами. <b>Владеть:</b> методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; современными методами научного исследования в гуманитарной сфере; навыками использования форм научных знаний для получения нового знания; методикой системного подхода для решения поставленных задач.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Методологические основы научного познания. Развитие методологических идей в истории философии и науки. Социогуманитарное познание Специфика предмета и метода социогуманитарных наук. Логика процесса научного исследования и методология научного мышления. Научная дискуссия и ее роль в научном исследовании. Методы понимания. Философская герменевтика. Методы исследования культурных форм и процессов. Методология биографических исследований. Методы искусствоведения и истории искусства.
Разработчики	Полякова Ирина Алексеевна, кандидат философских наук, доцент

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Основы брендинга» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	сформировать компетенции обучающегося в области теоретических и прикладных основ брендинга.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<b>ПК-1</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта <b>ПК-5</b> Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, выстраивает систему коммуникаций в организации, формирует имидж и деловую репутацию организации.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<b>ПК-1.1</b> Создает контент и тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта <b>ПК-1.2</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта <b>ПК-1.3</b> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании <b>ПК-5.1</b> Выполняет функционал менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. <b>ПК-5.2</b> Разрабатывает и реализует проекты по созданию брендов. <b>ПК-5.3</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>ПК-1</b> Знать: - основные принципы создания контента и текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. Уметь: - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта. Владеть: навыками создания основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании. <b>ПК-5</b> Знать:

	<p>- основные коммуникационные технологии, приемы и методы, необходимые для построения системы коммуникации в организации.</p> <p>Уметь:</p> <p>- разрабатывать и реализовывать проекты по созданию брендов.</p> <p>Владеть: навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Тема 1. Торговая марка: сущность и основные понятия</p> <p>Тема 2. Позиционирование торговой марки</p> <p>Тема 3. Текстовые идентификаторы торговой марки</p> <p>Тема 4. Терминологические основы брендинга</p> <p>Тема 5. Технология разработки системы образа бренда</p>
Разработчик	Мышанский Андрей Алексеевич, кандидат исторических наук, доцент



<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Основы видеомонтажа и постпродакшн» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов навыки работы с видеоматериалами, обучить грамотно и осознанно применять те или иные приемы, развить базовые умения и усовершенствовать полученные ранее навыки создания видеопродукта с помощью метода погружения в производственный процесс, а также продвижение этого проекта на рынке.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности. ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2 Использует в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ПК-7.1 Обладает знанием дизайн-проектирования объектов визуальной информации и коммуникации, методах и способах решения проектного задания. ПК-7.2 Применяет в профессиональной деятельности современные технологические решения, средства, приемы и методы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>ОПК-6</b> <b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия, методы, способы и средства получения, хранения, переработки видеoinформации;</li> <li>- основы современных технологий производства видеопродукта;</li> <li>- специфику работы на съёмочной и монтажной аппаратуре и требования техники безопасности при её эксплуатации;</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- самостоятельно осваивать новые приемы и способы видеосъемки, переходить на новое программное обеспечение, видеооборудование.</li> </ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами использования видеотехники в нестандартных и/или неблагоприятных условиях.</li> </ul> <b>ПК-7</b> <b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- этапы видео-проектирования;</li> <li>- методы проектирования и способы решения проектного задания;</li> <li>- современные технологические решения, средства, приемы и методы.</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать и реализовывать видеопроекты.</li> </ul>

	<b>Владеть:</b> - навыками видеомонтажа и постпродакшена: - современными технологическими приемами и методами видеомонтажа и постпродакшена.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Творческий проект: этапы построения. Концепция проекта. Технология создания проекта. Корректировочный этап проекта. Завершающий этап создания проекта. Этап презентации и продажи проекта заказчику.
Разработчики	Сивкова А.В., к.ф.н., доцент, Струкова Е.М., ст. преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Основы графического дизайна» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	развитие проектно-художественных способностей в процессе овладения студентами основ графической культуры, ознакомление с теоретическими основами графического дизайна, позволяющих управлять творчеством в процессе поиска и осуществления новых идей.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-7.1 Обладает знанием дизайн-проектирования объектов визуальной информации и коммуникации, методах и способах решения проектного задания. ПК-7.2 Применяет в профессиональной деятельности современные технологические решения, средства, приемы и методы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - теоретические основы графического дизайна; - терминологию в графическом дизайне; - особенности исторического развития графического дизайна в связи с развитием науки, техники и технологии Уметь: - грамотно излагать теоретические основы графического дизайна, различать отдельные виды дизайна и стили в дизайне; - ориентироваться в программном обеспечении, необходимом для создания графического продукта; - использовать полученные навыки в профессиональной деятельности для создания продуктов визуальной коммуникации. Владеть: - навыками разработки и проектирования дизайн-концепций плакатов, календарей, визиток, буклетов и рекламных макетов и др. полиграфической продукции.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Введение в предмет. Основная терминология. Ключевые вехи в развитии графического дизайна. История плаката Фирменный стиль. Виды полиграфической продукции: буклет, календарь, упаковка и др. Растровая и векторная графика. Типографика. Основные принципы. Композиция в дизайне Модульные сетки в дизайне. Основы верстки. Работа с текстом. Цвет в дизайне Работа с иллюстрацией. Стилистические особенности.
Разработчик	Струкова Елена Михайловна, ст. преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: формирование представления об основных процессах управления и маркетинга как инструмента менеджмента, особенностях использования инструментов менеджмента и маркетинга; приобретение общих теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента и маркетинга
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p>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</p> <p>ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-1.1. Выбирает источники информации и осуществляет поиск информации для решения поставленных задач.</p> <p>УК-1.2. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения и выявлять степень доказательности на поставленную задачу.</p> <p>УК-1.3. Определяет рациональные идеи для решения поставленных задач.</p> <p>УК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм достижения поставленной цели деятельности.</p> <p>УК-2.2. Формулирует в рамках поставленной цели совокупность задач, обеспечивающих ее достижение.</p> <p>УК-2.3. Использует оптимальные способы для решения определенного круга задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения.</p> <p>ПК-4.1 Обладает знаниями об основных технологиях маркетинговых коммуникаций.</p> <p>ПК-4.2 Применяет технологии маркетинговых коммуникаций в целях разработки концептуальных проектных идей, коммуникационных продуктов.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>УК-1</b>  <b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- назначение менеджмента в системе достижения целей и задач,</li> <li>- функции менеджмента,</li> <li>- этапы проведения маркетингового исследования.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать содержание и методические рекомендации в области функций менеджмента для решения поставленных задач,</li> <li>- построить план (программу) проведения маркетингового исследования.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными приемами характеристики и анализа собранной информации в процессе проведения маркетингового исследования.</li> </ul> <p><b>УК-2</b>  <b>Знать:</b></p>

	<p>- пределы функций при определении задач и подборе инструментов и ресурсов их решения (выполнения).</p> <p>- методы сбора информации в процессе проведения маркетингового исследования</p> <p>- современные методики и инструменты Интернет-маркетинга и SMM-маркетинга</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- выбирать для конкретных целей и задач методы и инструменты сбора информации при проведении маркетингового исследования,</p> <p>- увязывать содержание рекламной кампании с комплексом маркетинга объекта деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- инструментами постановки целей и задач организации,</p> <p>- приемами расстановки приоритетов с учетом ограниченных ресурсов и целеполагания (личностного или организационного)</p> <p><b>ПК-4</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <p>- основные технологии маркетинговых коммуникаций.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- применять технологии маркетинговых коммуникаций в целях разработки концептуальных проектных идей, коммуни-кационных продуктов.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками использования технологий маркетинговых коммуникаций в целях разработки концептуальных проектных идей, коммуни-кационных продуктов.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Управление в деятельности человека и организации</p> <p>История и будущее менеджмента</p> <p>Планирование. Технология и классификация планов.</p> <p>Стратегическое и тактическое планирование.</p> <p>Целеполагание. Система целевых установок. Система целей.</p> <p>Организация. Структура управления организацией. Делегирование.</p> <p>Мотивация. Коммуникационные этапы. Правила проведения эффективных совещаний.</p> <p>Контроль за процессом и результатом.</p> <p>Понятие назначение и роль маркетинга в современном управлении.</p> <p>Функции маркетинга.</p> <p>Внутренняя и внешняя среда маркетинга.</p> <p>Маркетинговые исследования.</p> <p>Комплекс маркетинга.</p> <p>Реклама как инструмент маркетинга.</p> <p>Современные концепции и инструменты маркетинга (Интернет-маркетинг, SMM-маркетинг)</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Кашпаров Дмитрий Витальевич, кандидат экономических наук</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Оценка эффективности в рекламной и пиар- деятельности» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки: общий профиль квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	ознакомить студентов с основными принципами и методами оценки эффективности рекламы и оценки эффективности рекламной и PR-деятельности. - рассмотреть основные подходы к пониманию эффективности в рекламной и PR-деятельности; - изучить практическое применение методик расчета эффективности различных рекламных и PR-инструментов; - сформировать навыки построения оптимальных моделей построения рекламной и PR-кампании с точки зрения эффективности использования бюджета.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК -3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-3.1 Анализирует социально-культурную и экономическую ситуацию, выявляет факторы, влияющие на региональное развитие. ПК-3.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью. ПК-3.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или пиар-кампании при создании коммуникационного продукта.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> основные принципы позиционирования торговой марки, бренда. <b>Уметь:</b> применять различные методы продвижения торговой марки, оценить эффективность избранной стратегии продвижения торговой марки, бренда. <b>Владеть:</b> инструментами и технологиями оценки результативности проведенных рекламных и PR- мероприятий; навыками оценки успешности созданного бренда
Краткая характеристика учебной дисциплины	Введение в методологию оценки эффективности в рекламе. Методология оценки эффективности рекламы. Факторы эффективности рекламной деятельности. Основные принципы медиапланирования как инструмент построения эффективной рекламной политики. Экономическая эффективность рекламы. Проблематичность атрибуции результатов рекламной деятельности и реальных экономических показателей. Введение в методологию оценки эффективности в PR: факторы, формирующие подход к оценке эффективности. Основы методологии, принципы и функции оценки эффективности в PR-коммуникациях: тренды PR-отрасли, эволюция принципов измерения. Коммуникационная эффективность в PR-деятельности. Постановка вопроса об экономической эффективности в PR-деятельности. Социологические методы оценки эффективности коммуникаций. Количественные методы в оценке эффективности рекламной и PR-деятельности. Опросные методы: интервьюирование и анкетирование как оценка эффективности рекламной и PR-деятельности. Анализ коли-

	качественных данных. Виды и особенности методов качественного исследования в рекламе и PR. Специфика качественного исследования. Методы анализа качественных данных.
Разработчики	к.ф.н., доцент Сивкова А.В., старший преподаватель Струкова Е. М.

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Политология» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки: Реклама и связи с общественностью квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов бакалавров знаний по политологии, теории политики, формирование научной базы по политологии, о законах и закономерностях политической жизни, формирование способности использовать полученные компетенции в будущей профессиональной и научной деятельности.
Компетенции, формируемые в результате освоения 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.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм достижения поставленной цели деятельности. УК-2.2. Формулирует в рамках поставленной цели совокупность задач, обеспечивающих ее достижение. УК-2.3. Использует оптимальные способы для решения определенного круга задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	УК-2 <b>Знать:</b> - специфику предмета политической науки, основные этапы её становления и развития; - сущность политики и власти, характерные черты политической системы и её элементов. <b>Уметь:</b> - определять сильные и слабые стороны теоретических подходов в сфере политической науки; - выявлять актуальные политические проблемы в России и мире. <b>Владеть:</b> - навыками анализа политических процессов и явлений; - навыками отбора источников информации в сфере политических исследований.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Политология как научная дисциплина. Исторические этапы становления и развития политической мысли. Политика как общественное явление. Политическая власть. Государство и его признаки. Политическая система общества. Политические идеологии. Политическая культура. Субъекты политики. Политические партии и их виды. Избирательные системы. Современные политические процессы в России и мире.
Разработчики	Уразбаев Е.Е., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Правовое регулирование в профессиональной деятельности» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Знакомство с законодательной базой деятельности рекламных и PR-агентств, приобретение практических навыков анализа конфликтных ситуаций, связанных с нарушением профессиональных прав рекламистов и СМИ, с инкриминируемыми им нарушениями обязанностей рекламистов и СМИ, нарушениями прав и интересов физических и юридических лиц.
Компетенции, формируемые в результате освоения 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. 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
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм достижения поставленной цели деятельности. УК-2.2. Формулирует в рамках поставленной цели совокупность задач, обеспечивающих ее достижение. УК-2.3. Использует оптимальные способы для решения определенного круга задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения. ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2 Выявляет тенденции развития медиакоммуникационных систем и учитывает их в профессиональной деятельности.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-2</b> <b>Знать:</b> об особенностях интеллектуальной собственности как объекта правовой охраны. <b>Уметь:</b> грамотно, не нарушая авторских прав, применять правила цитирования. <b>Владеть:</b> опытом оформления договоров в авторском праве, лицензионных договоров на предоставление права на использование произведения, договора авторского заказа. <b>ОПК-5</b> <b>Знать:</b> универсальные и общесоциальные нормы и ценности развития медиакоммуникационных систем <b>Уметь:</b> применять знания об общечеловеческих ценностях, моральных нормах, социальной девиации и депривации в профессиональной деятельности <b>Владеть:</b> навыками осуществления социального контроля, выстраивать взаимодействие с социальными группами и коллегами по профессии в рамках норм социального поведения и социального

	самоконтроля.
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Понятие информационно-правовых отношений, субъекта и объекта информационного права. Иерархия и структура актов законодательства РФ, регулирующих деятельность рекламных агентств. Закон РФ «О средствах массовой информации» как основа российского законодательства о СМИ. История разработки и обстоятельства принятия закона о рекламе. Структура закона, основные понятия, используемые в нем. Поправки и дополнения в законе. Права и обязанности журналиста согласно Трудовому кодексу. Юридическое определение понятия «журналист». Право журналиста на доступ к информации. Государственная и иные охраняемые законом тайны. Специальный статус. Порядок аккредитации. Проблемы, связанные с реализацией журналистом своих прав. Обязанности журналиста. Недопустимость злоупотребления правами. Ответственность за злоупотребления правами журналиста и воспрепятствование в реализации этих прав. Предвыборная агитация в периодической печати, на радио, телевидении - возможности журналиста и редакций СМИ. Проблема разделения понятий «агитация» и «информирование». Основные положения федеральных законов: «Об основных гарантиях избирательных прав и права на референдум граждан РФ», «О выборах президента РФ», «О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания РФ». Ответственность за нарушение порядка и правил проведения агитации и информирования. Законодательство об авторском праве и смежных правах. Структура ч.IV ГК РФ. Понятия авторского и смежных прав. Возникновение авторского и смежных прав. Имущественные и неимущественные права автора. Авторский договор. Служебные произведения. Произведения, не охраняемые авторским правом.</p>
Разработчики	Житиневич Дмитрий Геннадьевич, кандидат юридических наук, доцент

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Практическая риторика» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Формирование общекультурных и профессиональных компетенций, позволяющих студенту осваивать и применять в ходе деловой и межличностной коммуникации систематизированные знания об эффективном общении, теории и практике работы над публичным выступлением на всех этапах коммуникации, и навыков подготовки и произнесения публичной речи.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК 4.1. Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на русском и иностранном языках УК 4.2. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом социокультурных особенностей УК 4.3. Осуществляет выбор коммуникативных стратегий и тактик при ведении деловых переговоров.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-4</b> <b>Знать:</b> закономерности деятельности оратора в ситуации публичного выступления; основные принципы публичного выступления, правильное употребление профессиональной и официально-деловой лексики, особых конструкций и приемов публичной речи в зависимости от состава аудитории, уровня общения; типичные ошибки, допускаемые участниками коммуникации в ситуациях речевого взаимодействия; <b>Уметь:</b> осуществлять выбор языковых средств в соответствии ситуацией общения; использовать разные формы коммуникации в устной и письменной речи; различать и формировать типы адекватных коммуникативных актов в публичной коммуникации. <b>Владеть:</b> риторическими формами общения в разных видах речи; навыками продуцирования текстов на разные темы в соответствии с коммуникативными намерениями говорящего и ситуацией общения; продуцированием структурированных в целевой логике монологических текстов различной тематики в соответствии с коммуникативными намерениями и ситуацией общения; - современными нормами этикета
Краткая характеристика учебной дисциплины	Что есть риторика? Манифест ритора. Виды коммуникаций: рекомендации и советы к базовому освоению. Законы и правила создания речевых произведений. Культура устной речи. Базовый речевой тренинг. Способы обучения риторике (красноречию). Публичное выступление как деятельность. Технология публичного выступления. Речь письменная-речь устная: особенности трансформации. Первое публичное выступление «Честь имею представиться». Публичные выступления и их оценки. Образ ритора: от геометрии к осознанию. Психофизика. Этика и эстетика

	<p>пишущего/говорящего/слушающего. Теория аргументации. Второе публичное выступление «Пожалуй, лучшее произведение искусства» Речевое манипулирование. Речевые эмоции. Власть языка. Механизмы речевого воздействия. Стил ь произношения и телодвижения: такты речи, паузация, логическое и психологическое ударения, интонация, темп и ритм, дикция, тембр, громкость и звучность. Психологические аспекты и трудности выступления. План организации публичного выступления. Особенности подачи полностью подготовленных, частично подготовленных и не подготовленных речей. Репетиция выступления и его хронометраж. Роль технических средств в ходе выступления. Основные принципы организации радиотелевизионной речи. Тактика речевого поведения интервьюируемого перед микрофоном и телекамерой.</p>
Разработчики	Старший преподаватель Дмитрий Владимирович Малюх

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Презентации и публичные выступления» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Подготовить специалистов, владеющих современными навыками вербального и визуального представления информации в форматах публичных выступлений и презентаций
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-7.1 Обладает знанием дизайн-проектирования объектов визуальной информации и коммуникации, методах и способах решения проектного задания. ПК-7.2 Применяет в профессиональной деятельности современные технологические решения, средства, приемы и методы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> - методику работы над текстом выступления; как подготовиться к выступлению; как справиться с волнением и эмоциями во время выступления; как удерживать внимание аудитории на определенное время. <b>Уметь:</b> - владеть приемами удержания внимания аудитории; использовать презентации и другие наглядные материалы во время выступления; - проявить аналитическое мышление, творческие задатки и креативный подход при подготовке к выступлению перед конкретной аудиторией. <b>Владеть:</b> - теоретическими знаниями о правилах подготовки выступления и уметь применять в практической деятельности полученные практические навыки; - техническими навыками создания электронных презентаций.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Выступление. Виды выступлений и требования к ним. Подготовка и написание речи. Этапы работы над текстом. Содержание и форма выступления Поведение во время выступления. Презентация как вспомогательный инструмент выступления Взаимодействие с аудиторией Написание речи по правилам
Разработчики	Старший преподаватель Малюх Дмитрий Владимирович

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Проблемы современного дизайна» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	» является понимание студентами процессов развития дизайна, формирование у студентов целостных и многосторонних подходов к процессу создания дизайнерских проектов, формирование навыков анализа и учета различных факторов, влияющих на конечный результат проектирования.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-7.1 Обладает знанием дизайн-проектирования объектов визуальной информации и коммуникации, методах и способах решения проектного задания. ПК-7.2 Применяет в профессиональной деятельности современные технологические решения, средства, приемы и методы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - значение и важность дисциплины в профессиональной реальности; - основные методы исследований, основы дизайнерского анализа; - основные виды и методы исследований и их влияние на результаты дизайн-проектирования; Уметь: - выявлять проблемы и реальные требования, анализировать и обобщать результаты и направлять их на решение поставленных проектных задач; - самостоятельно собирать и анализировать необходимую информацию, определять направление и методы исследования, находить пути решения поставленных задач; Владеть: - навыками сбора и систематизации необходимой информации; - навыками сбора, обработки и представления информации используя различные методы исследований и дизайн - анализа.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Введение в дисциплину. Ключевые этапы развития дизайна Проблемы как двигатель развития дизайна Требования к качеству продукции Основные проблемы дизайна в нашей стране Постиндустриальное общество. Тенденции развития дизайна. Дизайн в условиях глобализации Технологии XXI века как проблема
Разработчик	Струкова Елена Михайловна, ст. преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Основы фотожурналистики» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать представление о функционировании средств массовых коммуникаций в психологическом аспекте; расширить представление обучающегося об особенностях восприятия и воздействия текстовой, аудио- и видеоинформации, а также сформировать навыки грамотного использования мультимедийных технологий при создании мультимедийного продукта, ориентируясь на особенности восприятия информации.
Компетенции, формируемые в результате освоения 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
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК 3.1. Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели УК 3.2. Осуществляет обмен информацией с другими членами команды, осуществляет презентацию результатов работы команды УК 3.3. Адаптируется в профессиональном коллективе  ОПК-4.1 Владеет методами фундаментальных и прикладных социологических исследований, методами сбора и обработки данных. ОПК-4.2 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. ОПК-4.3 Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые тексты и (или) продукты.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-3</b> <b>Знать:</b> способы осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде <b>Уметь:</b> осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать <b>Владеть:</b> способами осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде <b>ОПК-4</b> <b>Знать:</b> основы поведенческих моделей аудитории, базовые принципы трансляции смыслов <b>Уметь:</b> формировать позицию относительно повестки, анализировать данные об аудитории <b>Владеть:</b> навыками работы с общественным мнением, методика выражения позиции редакции
Краткая характеристика учебной дисциплины	Массовая коммуникация и медиатекст в ракурсе психологии. Психология восприятия текстовой информации. Психология восприятия аудио- и видеоинформации. Особенности восприятия медийного продукта.
Разработчики	Друкер М. М., ст. преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Разработка рекламного продукта» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать навыки создания рекламного продукта, приобретённые студентами на предыдущих этапах обучения, скоординировать индивидуальные траектории дальнейшего обучения бакалавров, включая подготовку выпускной квалификационной работы в форме индивидуального или группового творческого проекта.
Компетенции, формируемые в результате освоения 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-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Свободно пользуется русским и иностранными языками как средством делового общения; владеет навыками редактирования и перевода профессиональных текстов. ОПК-1.2 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. ОПК-1.3 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.4 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.5 Публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта. ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2 Использует в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ПК-7.1 Обладает знанием дизайн-проектирования объектов визуальной информации и коммуникации, методах и способах решения проектного задания. ПК-7.2 Применяет в профессиональной деятельности современные технологические решения, средства, приемы и методы.

<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p><b>ОПК-1</b>  <b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику этапов подготовки и реализации рекламного проекта;</li> <li>- виды и объём работ, подлежащих выполнению на разных этапах создания рекламного продукта;</li> <li>- специфику различных видов проектной документации, включая бриф, техническое задание, сценарий и монтажный план, и требований к их оформлению;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оптимально распределять виды и объёмы работ, подлежащих выполнению на разных этапах создания рекламного продукта;</li> <li>- прогнозировать производственные риски и планировать способы их устранения или минимизации;</li> <li>- на профессионально уровне разрабатывать концепцию рекламного продукта (на основе изучения запросов целевой аудитории и существенных свойств объекта рекламы грамотно и обоснованно формулировать идею, цели и задачи проекта; выделять концептуальные единицы содержания и выбирать наиболее органичные формы их визуализации);</li> <li>- критически оценивать результаты собственной работы;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с проектной документацией;</li> <li>- навыками работы со словом и образом;</li> <li>- навыками межличностного общения и культуры речи;</li> <li>- навыками работы в микрогруппе в процессе реализации творческого проекта</li> </ul> <p><b>ОПК-6</b>  <b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику использования современных технологий производства рекламного продукта;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пользоваться современными информационными технологиями для разработки рекламного продукта.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с цифровыми инструментами, техническими средствами и программным обеспечением для разработки рекламного продукта.</li> </ul> <p><b>ПК-7</b>  <b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- этапы дизайн-проектирования, методах проектирования и способах решения проектного задания при разработке рекламного продукта.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять в профессиональной деятельности современные технологические решения, средства, приемы и методы.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками использования в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.</li> </ul>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Понятие рекламной концепции и рекламной идеи. Взаимодействие вербальной и визуальной информации в рекламном продукте. Гармоничное единство изобразительного и текстового содержания. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы. Ценность рекламного текста. Функциональные,</p>

	<p>структурные и риторические особенности рекламного текста. Функции слогана и заголовка. Стилистика рекламного заголовка и слогана. Язык печатной рекламы. Художественный дизайн в рекламе. Компьютерный дизайн в рекламе. Режиссура рекламы. Композиция рекламного сообщения. Этапы проработки композиции. Выбор наиболее эффективных видов композиции. Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе. Рекламная листовка и рекламный буклет. Бизнес-реклама и потребительская реклама. Наружная и транзитная реклама. Телевизионная и радиореклама. Прямая почтовая реклама. Реклама как процесс коммуникации. Эффективность рекламы.</p>
Разработчики	<p>Старший преподаватель Друкер Мальвина Михайловна, кандидат филологических наук, доцент Сивкова Анна Вадимовна</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Реклама в медиаиндустрии (практикум)» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	сформировать у студентов понимание значимости и возможностей использования рекламы в медиаиндустрии.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-5 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, выстраивает систему коммуникаций в организации, формирует имидж и деловую репутацию организации.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-1.1 Создает контент и тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-1.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-5.1 Выполняет функционал менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. ПК-5.2 Разрабатывает и реализует проекты по созданию брендов ПК-5.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	ПК-1 Знать: - технологии и средства рекламы; - теоретические основы продвижения культурных проектов и программ. Уметь: - применять инструменты рекламы в продвижении культурных проектов и программ в сфере массовых коммуникаций. Владеть: - инструментами рекламы в продвижении культурных проектов и программ в сфере массовых коммуникаций. ПК-5 Знать: - содержание деятельности менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью Уметь: - выстраивать взаимодействие внутри отдела для реализации проектов по рекламе и связям с общественностью Владеть:

	- навыками разработки и реализации проектов по созданию брендов
Краткая характеристика учебной дисциплины	Каналы распространения рекламы Классификация рекламной продукции Структура рекламного обращения Основы рекламных кампаний Печатная реклама Событийный маркетинг Аудио и видео реклама Современные формы рекламы в электронных медиа
Разработчик	Мышанский Андрей Алексеевич, доцент.



<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Русский язык и культура речи (практикум)» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Повышение уровня практического владения современным русским литературным языком в разных сферах деятельности, повышение уровня речевой культуры, что неотделимо от углубленного понимания основных черт и свойств русского литературного языка, его стилистических возможностей, а также расширения представления о категории «хорошая речь».
Компетенции, формируемые в результате освоения 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
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-4.1. Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на русском и иностранном языках. УК-4.2. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом социокультурных особенностей. УК-4.3. Осуществляет выбор коммуникативных стратегий и тактик при ведении деловых переговоров. ОПК-1.1 Свободно пользуется русским и иностранными языками как средством делового общения; владеет навыками редактирования и перевода профессиональных текстов. ОПК-1.2 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиа-текстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. ОПК-1.3 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.4 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.5 Публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-4</b> <b>Знать:</b> определения базовых понятий теории культуры речи; типологические характеристики литературного языка и языковой нормы; основные характеристики коммуникативных качеств речи <b>Уметь:</b> дифференцировать речевые произведения / высказывания с точки зрения их функционально-стилевой принадлежности и характеризовать на основе параметров культуры речи; выявлять в речи (текстах) и квалифицировать факты отступлений от языковых, коммуникативных и этических норм; характеризовать и оценивать речь с точки зрения ее коммуникативных качеств; квалифицировать

	<p>отступления от языковых норм и исправлять их в соответствии с языковым стандартом;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками грамотной речи; навыками создания текстов основных учебно-научных жанров и отдельных личных документов.</p> <p><b>ОПК-1</b></p> <p><b>Знать:</b> процесс подготовки востребованных обществом и индустрией текстов и (или) продуктов с учетом изменений норм русского языка.</p> <p><b>Уметь:</b> Способен свободно пользоваться русским языком как средством делового общения.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками редактирования и перевода профессиональных текстов.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Речь, язык, коммуникация (общения), взаимосвязь явлений и понятий. Виды речевой деятельности. Речь (текст) как результат продуктивной речевой деятельности. Язык как средство коммуникации. Вербальный и невербальный язык. Понятие коммуникативного кода.</p> <p>Понятие языковой нормы. Признаки и функции языковой нормы. Нормализация языковых единиц. Этапы становления языковой нормы. Основания классификации языковых норм: уровни языка, формы речи, хронология, вариативность, кодифицированность. Разновидности языковых ошибок. Литературный язык как нормативный (нормированный) вариант общенационального языка. Лингвистические словари как особый тип словарей. Нормативные и ненормативные словари. Типология лингвистических словарей. Словари, описывающие лексическую систему русского языка. Структура и содержание словарной статьи толкового словаря. Лексикографическая компетенция. Фонетика и орфоэпия. Фонетическая система русского языка. Морфологические нормы как разновидность грамматических норм. Система морфологических норм. Синтаксические нормы в как разновидность грамматических норм. Лексика как словарный состав языка и словарный запас лексикон личности. Фразеологические нормы. Концепция культуры речи.</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Кандидат филологических наук, доцент, Ольга Леонидовна Кочеткова</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Современные международные отношения»</b> по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки: Реклама и связи с общественностью квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать представление о содержании важнейших этапов истории международных отношений, сущности ключевых исторических явлений и процессов.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах ОПК-2. Способен учи-тывать тенденции раз-вития общественных и государственных инсти-тутов для их разносто-роннего освещения в создаваемых медиа-текстах и (или) медиа-продуктах, и (или) ком-муникационных про-дуктах
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК 5.1. Имеет представление о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом аспекте УК 5.2. Демонстрирует знания межкультурного разнообразия общества в этическом контексте УК 5.3. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей ОПК-2.1 Демонстрирует зна-ния системы общественных и государственных институтов, механизмов их функциониро-вания и тенденции развития. ОПК-2.2 Демонстрирует принципы объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах при освещении.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-5</b> <b>Знать:</b> методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности.  <b>Уметь:</b> применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач; при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата; использовать методологические подходы в соответствии с проблемной ситуацией, объектом и предметом исследования, целями и задачами.  <b>Владеть:</b> методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; современными методами научного исследования в гуманитарной сфере; навыками использования форм научных знаний для получения нового знания; методикой системного подхода для решения поставленных задач.  <b>ОПК-2</b>

	<p><b>Знать:</b> существующие научные подходы по текущей проблематике международных отношений</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать современные знаковые системы</p> <p><b>Владеть:</b> навыками создания материалов</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Тема 1. Природа и закономерности международных отношений.</p> <p>Тема 2. Формирование новой системы международных отношений.</p> <p>Тема 3. Международные организации как механизмы регулирования международных отношений.</p> <p>Тема 4. Политико-правовой режим современных международных отношений.</p> <p>Тема 5. Военный фактор в современных МО.</p> <p>Тема 6. Общемировые проблемы.</p> <p>Тема 7. Новые измерения отношений Север – Юг.</p> <p>Тема 8. Современная дипломатия как средство регулирования международных отношений.</p> <p>Тема 9. Региональные проблемы международных отношений.</p> <p>Тема 10. Россия и страны СНГ в современных международных отношениях.</p>
Разработчики	Часовский Владимир Иванович, д.г.н., профессор

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Современный русский язык» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки: Реклама и связи с общественностью квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать: - необходимый уровень владения современным русским языком для решения различных коммуникативных задач и использования всех богатств и возможностей русского языка в своей профессиональной деятельности, - осознание студентами специфики норм национального литературного языка, - уважение и патриотические чувства по отношению к русской культуре, истории и русскому языку.
Компетенции, формируемые в результате освоения 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
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-4.1. Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на русском и иностранном языках. УК-4.2. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом социокультурных особенностей. УК-4.3. Осуществляет выбор коммуникативных стратегий и тактик при ведении деловых переговоров. ОПК-1.1 Свободно пользуется русским и иностранными языками как средством делового общения; владеет навыками редактирования и перевода профессиональных текстов. ОПК-1.2 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. ОПК-1.3 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.4 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.5 Публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-4</b> <b>Знать</b> основные языковые нормы современного русского языка в его устной и письменной форме, их функциональную роль в деловой коммуникации. <b>Уметь</b> применять полученные теоретические знания в процессе деловой коммуникации, интерпретировать и оценивать освоенный теоретический материал. <b>Владеть</b> навыками осуществления деловой коммуникации в

	<p>соответствии с нормами современного русского литературного языка.</p> <p><b>ОПК-1</b></p> <p><b>Знать:</b> процесс подготовки востребованных обществом и индустрией текстов и (или) продуктов с учетом изменений норм русского языка.</p> <p><b>Уметь:</b> Способен свободно пользоваться русским языком как средством делового общения.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками редактирования и перевода профессиональных текстов.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Русский язык как способ существования русского национального мышления и русской культуры. Нормированность как основная черта современного русского языка. Источники и свойства языковой нормы.</p> <p>Лексикографический аспект языковой нормы.</p> <p>Функциональные стили русского литературного языка: история формирования, особенности, жанры. Слово как единство лексического и грамматического значений. Современные произносительные нормы. Место заимствований в системе современного русского языка (синхронический и диахронический аспекты). Коммуникативный акт как единица общения. Влияние Интернет коммуникации на нормы устной и письменной коммуникации. Трансформация системы функциональных стилей. Язык СМИ и его влияние на общество. Язык рекламных, новостных СМИ. Речевое манипулирование. Эпоха «языковых потрясений».</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Бабулевич Светлана Николаевна, кандидат филологических наук, доцент</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Создание и продвижение личного бренда. Имиджология» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	сформировать у студентов представления о личном бренде, имиджологии и имиджмейкинге как о специфической области коммуникативистики. Во время обучения студенты знакомятся с понятием «имидж», его местом и ролью в современном обществе, с особенностями его анализа, формирования и управления им.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-3. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы. ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, выстраивает систему коммуникаций в организации, формирует имидж и деловую репутацию организации.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-3.1 Анализирует социально-культурную и экономическую ситуацию, выявляет факторы, влияющие на региональное развитие. ПК-3.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью. ПК-3.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или пиаркампании при создании коммуникационного продукта ПК-5.1 Выполняет функционал менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. ПК-5.2 Разрабатывает и реализует проекты по созданию брендов ПК-5.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	ПК-3 Знать: - концепцию, слагаемые и типы имиджа, составляющие внутреннего и внешнего корпоративного имиджа, способы их построения, - способы и средства создания персонального имиджа основные понятия, категории культуры делового общения и имиджмейкинга. Уметь: - работать в коллективе и принимать управленческие решения в стандартных ситуациях и в условиях конфликта; - аргументировать свою позицию в процессе социальной коммуникации. Владеть: - навыками самопрезентации для формирования позитивного имиджа и использования внутренних возможностей личности в саморазвитии; - навыками экспресс-диагностики личности для выстраивания эффективных коммуникаций. ПК-5 Знать: - теории мотивации и лидерства, принципы деятельности современной организации и формирования команды. Уметь:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- уметь использовать научные категории и методы для анализа, диагностики и коррекции имиджей различных субъектов профессиональной деятельности;</li> <li>- организовывать работу команды в процессе разработки и принятия управленческих решений в области деятельности по связям с общественностью;</li> <li>- использовать знания о повышении эффективности работы организации и проведению деловых переговоров для эффективной реализации их возможностей.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- системой профессиональных качеств, определяющих эффективность общения в современной социокультурной ситуации;</li> <li>- навыками разработки личных брендов.</li> </ul>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Личный бренд  Предмет имиджологии как науки.  Этапы формирования имиджа. Методы формирования.  Виды имиджей.  Самопрезентация. Индивидуальный имидж.  Корпоративный имидж.  Управление имиджем и эффективность связей с общественностью</p>
Разработчик	Вольнова А.М., ст. преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Социально-экономическая география и геополитика» Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Реклама и связи с общественностью квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	получение общих и специальных знаний о социально-экономической географии, политической географии и геополитике, об их месте, роли и значении в современном мире, важности экономико-географического и геополитического подхода в решении важнейших региональных и глобальных проблем современности.
Компетенции, формируемые в результате освоения 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
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-2.1. Демонстрирует знание правовых норм достижения поставленной цели деятельности. УК-2.2. Формулирует в рамках поставленной цели совокупность задач, обеспечивающих ее достижение. УК-2.3. Использует оптимальные способы для решения определенного круга задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> действующие правовые нормы и ограничения, оказывающие регулирующее воздействие, необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы. <b>Уметь:</b> определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов <b>Владеть:</b> навыками анализа социально-экономических процессов и явлений; навыками отбора источников информации в сфере социально-экономических исследований.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Основные разделы дисциплины: 1. Введение в курс «Социально-экономической географии и геополитика». 2. Политическое устройство мира. 3. Население мира. 4. Природные ресурсы мира. 5. Мировое хозяйство. 6. Региональная социально-экономическая география Евразии, Америки, Африки и Австралии. 7. Глобальные проблемы человечества Глобальные проблемы человечества. 8. Россия в современном мире Россия в современном мире. 9. Современное социально-экономическое развитие Калининградской области Современное социально-экономическое развитие Калининградской области.
Разработчик	профессор Часовский Владимир Иванович

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Спичрайтинг» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	представить обучающимся вопросы теории современного копирайтинга, сформировать умения и навыки практической работы с рекламными, PR-текстами, текстами деловой коммуникации (навыки анализа информации и подготовки собственных текстов).
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-4.1 Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на русском и иностранном языках. УК-4.2 Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом социокультурных особенностей. УК-4.3 Осуществляет выбор коммуникативных стратегий и тактик при ведении деловых переговоров. ПК-1.1 Создает контент и тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-1.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-4</b> <b>Знать:</b> - основные категории и термины спичрайтинга; - основные параметры оценки различных видов устного общения; - методологические основы анализа текста. <b>Уметь:</b> - ориентироваться в современных научных концепциях, грамотно ставить и решать и практические задачи в области спичрайтинга; - проводить основные этапы комплексного анализа текстов; - ориентироваться в речевой ситуации в условиях активизации публичных коммуникаций; - производить оценку значимости каждого элемента в речевом функционировании; - выделять, определять и использовать важнейшие стилистические средства, формирующие данный функциональный стиль; - использовать в устной и письменной речи полученные навыки. <b>Владеть:</b> - навыками общения, анализа и использования данных прикладных исследований в области спичрайтинга;

	<p>- навыками самостоятельного мышления в соответствии с правилами логики и техники мыслительной деятельности.</p> <p><b>ПК-1</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные приемы создания текста публичного выступления;</li> <li>- основные этапы работы над формированием имиджа выступающего.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать текст публичного выступления для должностного лица базисного субъекта PR;</li> <li>- определять качество подготовленного и произнесенного публичного выступления.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками поиска нужной информации в печатных текстах, Интернете, обработки информации, содержащейся в текстах.</li> </ul>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Введение в курс «Спичрайтинг».</p> <p>Речевая практика современного общества</p> <p>Подготовка к публичному выступлению. Организация публичного выступления. Методология оценки воспринимающей аудитории</p> <p>Техника публичного выступления. Средства управления вниманием аудитории. Коммуникационная риторика.</p> <p>Риторические навыки PR-специалиста</p>
Разработчик	Струкова Е.М., старший преподаватель



<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Стилистика медиатекста» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки: Реклама и связи с общественностью квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	ознакомить студентов как с общетеоретическими вопросами стилистики медиатекста, так и выработать у них практические навыки работы конкретным текстом.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-2 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-2.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-2.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - специфику литературно-художественного времени и пространства; - основные лингвистические понятия, применяемые при анализе текста; - стилистические особенности журналистских и PR-текстов. Уметь: - выявлять смысловые модальности; - выделять ключевые слова и сильные позиции текста; - выявлять логико-семантические, грамматические, прагматические связи в тексте. Владеть: - навыками погружения в текст и выявления его смысловых доминант; - методикой лингвистического анализа текстов различной функциональной принадлежности; - навыками стилистического анализа текстов.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Предмет и задачи курса Функциональные стили Функционирование лексических и фразеологических средств. Проблема выбора слова Функционирование морфологии Функционирование синтаксических конструкций в тексте Стилистика текста Стилистика жанров в СМИ
Разработчики	кандидат филологических наук, доцент Анжелика Анатольевна Остапенко

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Стратегический брендинг» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» Квалификация (степень) выпускника: бакалавр	
Цель изучения дисциплины	сформировать компетенции обучающегося в области разработки основных положений стратегии брендинга на уровне организации, региона, обоснования решений по совершенствованию процессов стратегического и тактического планирования в области брендинга.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-5 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, выстраивает систему коммуникаций в организации, формирует имидж и деловую репутацию организации.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-5.1 Выполняет функционал менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. ПК-5.2 Разрабатывает и реализует проекты по созданию брендов. ПК-5.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> - основные коммуникационные технологии, приемы и методы, необходимые для построения системы коммуникации в организации. <b>Уметь:</b> - разрабатывать и реализовывать проекты по созданию брендов. <b>Владеть:</b> навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Позиционирование в структуре брендинга. Интегрированное позиционирование торговой марки. Роль стратегического управления брендами. Место брендинговой стратегии в системе стратегий. Виды стратегии бренд-менеджмента. Архитектура бренда. Роли брендов в портфеле и в контексте товарного рынка. Взаимоотношения брендов: дом брендов, бренд-дом. Аудит портфеля брендов. Бренд-билдинг: сущность, цели, задачи. Мониторинг внешней и внутренней среды бренда. Разработка платформы бренда. Разработка позиционирования бренда. Разработка бренд-архитектуры. Разработка визуальной идентификации бренда. Патентная охрана бренда. Разработка коммуникационной стратегии бренда. Мониторинг и контроль развития бренда. Требования к оценке стоимости брендов. Цели оценки стоимости брендов. Основные подходы и методы оценки стоимости брендов. Метод дисконтирования будущих денежных потоков. Методики расчета силы бренда. Метод расчета вклада бренда. Метод освобождения от роялти. Метод премиальной прибыли.
Разработчик	Мышанский Андрей Алексеевич, кандидат исторических наук, доцент

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Тайм-менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины: формирование представления об управлении собой во времени, особенностях использования инструментов Тайм-менеджмента; приобретение теоретических знаний и практических навыков в управлении собой во времени.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-3.1 Знание содержательных элементов тайм-менеджмента при осуществлении социального взаимодействия УК-3.2 Знание методологии инвентаризации и качественного анализа временных затрат для осуществления эффективного социального взаимодействия и реализации своей роли в команде УК-3.3 Умение планировать действия на основе инвентаризации и качественного анализа, повышающие эффективность деятельности при осуществлении эффективного социального взаимодействия и реализации своей роли в команде УК 6.1. Определяет свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели УК 6.2. Создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении основного и дополнительного образования УК 6.3. Владеет умением рационального распределения временных и информационных ресурсов.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-3</b> Знать: - основные методы инвентаризации личного и организационного времени (поточная карта, поточная диаграмма, карта совместных операций, сетевой анализ, органайзер); - методы качественного анализа времени; - категории временных затрат; - пропорции планирования времени; - способы повышения личной эффективности в работе и коммуникациях; Уметь: - расставлять приоритеты в планировании времени; - формализовывать типовые коммуникативные ситуации (совещания, собеседования, переговоры и т. п.); - создавать и использовать собственные законы «хорошего» рабочего дня; - учитывать в своей работе индивидуальные биоритмы; - использовать рекомендации работы в Интернет (поглотитель времени и средство тайм-менеджмента?). Владеть: - персональной системой управления временем;

	<p>- навыками работы с деловой документацией, письмами, отчетами и т. п., а так же использованию технических средств в организации личной эффективности;</p> <p><b>УК-6</b></p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- хронометраж как инструмент анализа;</li> <li>- формулу полезной работы Л.Зайверта;</li> <li>- проектную систему постановки целей Г.Архангельского;</li> <li>- ситуационный анализ Л.Зайверта;</li> <li>- признаки календарного планирования;</li> <li>- пропорции планирования времени;</li> <li>- систему планирования времени по Г.Архангельскому;</li> <li>- систему ежедневного планирования «Альпы»;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выделять и формулировать помехи (воры) времени;</li> <li>- применять алгоритм инвентаризации и анализа времени;</li> <li>- осуществлять качественный анализ времени;</li> <li>- расставлять приоритеты в планировании времени;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными методами инвентаризации личного и организационного времени;</li> <li>- навыками использования методов качественного анализа времени;</li> <li>- навыками контроля в тайм-менеджменте</li> <li>- навыками делегирования;</li> </ul>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p><i>Природа времени. Время как ресурс и цель.</i>  <i>Инвентаризация и анализ времени.</i>  <i>Целеполагание, планирование, исполнение.</i>  <i>Принятие решений, контроль. Способы повышения личной эффективности</i></p>
<p>Разработчики</p>	<p>к.э.н. Кашпаров Дмитрий Витальевич, к.э.н. Прохорова О.В.</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов целостного представления о PR как части социальной, политической и экономической деятельности различных субъектов — людей, компаний, организаций, сообществ
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде ПК-6. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1. Выбирает источники информации и осуществляет поиск информации для решения поставленных задач. УК-1.2. Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения и выявлять степень доказательности на поставленную задачу. УК-1.3. Определяет рациональные идеи для решения поставленных задач. УК-3.1. Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели. УК-3.2. Осуществляет обмен информацией с другими членами команды, осуществляет презентацию результатов работы команды. УК-3.3. Адаптируется в профессиональном коллективе ПК-6.1 Демонстрирует знание и применение принципов деловой этики в профдеятельности. ПК-6.2 Работает с правовой документацией, регламентирующей профессиональную деятельность. ПК-6.3 При подготовке медиатекстов, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-1</b> <b>Знать:</b> - систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции - принципы объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах при освещении <b>Уметь:</b> - устанавливать отношения между компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития - применять принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении <b>Владеть:</b> - навыками работы с компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

- навыками сохранения принципа объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов

### **УК-3**

#### **Знать:**

- основные теоретические и практические принципы организации и проведения коммуникационного мероприятия, кампании;
- основные принципы и подходы к тактическому планированию мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;
- принципы планирования и программирования рекламных и PR кампаний.

#### **Уметь:**

- провести рекламное и PR мероприятие и кампанию;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;
- участвовать в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечении средств и методов по реализации проектов, участвовать в работе проектных команд.

#### **Владеть:**

- навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; способностью осуществлять рекламное и PR мероприятие и кампанию на профессиональном уровне;
- навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии на профессиональном уровне
- навыками участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

### **ПК-6**

#### **Знать:**

- цеховые принципы социальной ответственности;
- типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

#### **Уметь:**

- осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности.
- учитывать эффекты и последствия профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

#### **Владеть:**

- этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом
- профессиональными средствами и приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом

Краткая характеристика учебной дисциплины

История развития PR в мире и России. Современное состояние PR-отрасли, перспективы развития. Понятие PR. Теоретические модели PR-коммуникаций. Основные функции PR. PR в различных видах организаций. Правовое регулирование PR-деятельности. Управление репутацией, брендинг и реклама. Корпоративная PR-стратегия: социологическое исследование, разработка, реализация,

	корректировка. Media relations: от медиастратегии к технологиям реализации. Работа пресс-службы. Кризисные коммуникации. Событийная коммуникация и новые технологии в PR. Рынок PR-услуг: современное состояние и перспективы развития.
Разработчики	Кандидат филологических наук Сивкова Анна Вадимовна

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Экономика и бизнес-планирование» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	получение студентами комплексных знаний в области права, учета, налогообложения, финансов, приобретение практических навыков планирования, создания и развития собственного бизнеса, методики анализа инвестиций и использования ее в практической деятельности.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> <p>УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности</p> <p>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</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-9.1 Самостоятельно анализирует основные тенденции развития экономики применительно к профессиональной деятельности</p> <p>УК-9.2 Ориентируется в ходе развития экономических процессов, представляет закономерность их происхождения и логику их развития</p> <p>УК-10.1. Понимает сущность феноменов экстремизма, терроризма и коррупции.</p> <p>УК-10.2. Оценивает негативные последствия коррупционного поведения, экстремизма и терроризма.</p> <p>ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2 Выявляет тенденции развития медиакоммуникационных систем и учитывает их в профессиональной деятельности.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>УК-9</b> Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы и основные понятия экономики применительно к предпринимательской деятельности;</li> <li>- теоретические основы современного бизнес-планирования; типовые методики разработки бизнес-планов;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять знания основ экономики в сфере предпринимательской деятельности;</li> <li>- выносить аргументированные суждения по экономическим вопросам;</li> <li>- творчески использовать полученные теоретические знания по бизнес-планированию и самостоятельно применять их в практической разработке бизнес-планов.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными методами экономического анализа в сфере предпринимательской деятельности;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самостоятельно находить необходимую экономическую информацию и делать выводы из нее;</li> <li>- навыками анализа и оценки социально-экономических проблем и процессов в сфере предпринимательской деятельности.</li> <li>- навыками применения методов бизнес-планирования на практике и навыками самостоятельной разработки бизнес-плана.</li> </ul> <p><b>УК-10</b></p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие, сущность и характерные черты коррупции;</li> <li>- действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять полученные знания в практических ситуациях для выявления и устранения причин и условий, способствующих коррупционному поведению;</li> <li>- планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятийным аппаратом противодействия коррупции и умением применения полученных знаний;</li> <li>- навыками профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.</li> </ul> <p><b>ОПК-5</b></p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экономические факторы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем и учитывать их в профессиональной деятельности.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методиками выявления тенденций развития медиакоммуникационных систем.</li> </ul>
Краткая характеристика учебной дисциплины	Теоретические основы предпринимательской деятельности. Организационно-правовые и организационно-экономические формы предпринимательской деятельности. Спрос как фактор активизации деятельности субъектов предпринимательства. Содержание и организация бизнес-планирования. Бизнес-план. Конкуренция предпринимателей. Сотрудничество в сфере предпринимательства. Посредническая предпринимательская деятельность. Расходы и доходы предприятия. Система экономических показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия
Разработчики	Щепкова И.В., старший преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Эмоциональный интеллект» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	формирование научного представления об эмоциях, ее видах, способах переживания, структуре протекания процесса, развитие умения грамотно использовать возможности эмоционального интеллекта в профессиональной деятельности; развитие у студентов личностных качеств, направленных на создание эффективной коммуникации, а также формирование общекультурных компетенций в соответствии с требованиями образовательного стандарта.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-3.1. Определяет коммуникативную стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели. УК-3.2. Осуществляет обмен информацией с другими членами команды, выбирает эффективные инструменты коммуникации УК-3.3. Адаптируется в профессиональном коллективе
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - основы стратегии работы с эмоциями. Уметь: - определить эмоцию и купировать негативные проявления как свои, так и чужие, строить коммуникацию в группе с помощью вербальных и невербальных средств. Владеть: - навыками построения коммуникации в группе и достижения поставленной цели, составляющими коммуникативную компетентность личности в структуре управления эмоциями.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Эмоциональный интеллект: основные понятия. Теории и современные концепции ЭИ. Управление эмоциями. Эмоции и конфликты. Эффективная команда. Навыки эмоциональной саморегуляции, техники Коммуникативные конфликты: природа, прогнозирование, преодоление
Разработчики	Остапенко Анжелика Анатольевна, канд. филол. наук, доцент ОНК ИОиГН

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Основы рекламной деятельности» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация выпускника бакалавр	
Цель изучения дисциплины	ознакомить студентов с исходными понятиями сферы рекламы, определив их роль в процессе функционирования рекламной информации в обществе; разъяснить студентам организационную, структурную, маркетинговую, личностную организацию деятельности в рекламной сфере; обеспечить познавательно-методологическую ориентацию в пограничных профессиях.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ПК-5 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, выстраивает систему коммуникаций в организации, формирует имидж и деловую репутацию организации.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-3.1. Восприятие целей и функций команды УК-3.2. Восприятие функций и ролей членов команды, осознание собственной роли в команде УК-3.3. Выбор стратегии поведения в команде в зависимости от условий ОПК-1.1 Свободно пользуется русским и иностранными языками как средством делового общения; владеет навыками редактирования и перевода профессиональных текстов. ОПК-1.2 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. ОПК-1.3 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.4 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.5 Публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта. ПК-5.1 Выполняет функционал менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. ПК-5.2 Разрабатывает и реализует проекты по созданию брендов ПК-5.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
Знания, умения и навыки,	<b>УК-3</b> Знать:

<p>получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>-концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде;</p> <p>-особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/ взаимодействует, учитывает их в своей деятельности;</p> <p>-основные приемы и нормы социального взаимодействия.</p> <p>Уметь:</p> <p>- применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды; взаимодействовать с коллективом для обеспечения успешной работы;</p> <p>- реализовать себя внутри команды</p> <p>учитывать в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий.</p> <p>Владеть:</p> <p>- основами социального взаимодействия и командной работы;</p> <p>- навыками предвидения результатов (последствий) как личных, так и коллективных действий;</p> <p>- психотехникой коммуникативного поведения.</p> <p><b>ОПК-1</b></p> <p>Знать:</p> <p>- формы и закономерности соотношения внешних (коммуникативных) факторов, лежащих в основе конструирования медиатекста, с внутренними константами медиатекста;</p> <p>Уметь:</p> <p>- устанавливать закономерное соотношение между планом выражения и планом содержания в рамках медиатекста как речевого произведения; идентифицировать объект (медиатекст), давать его описание, указывать на характерные свойства.</p> <p>Владеть:</p> <p>- специальной терминологией, усвоить соответствующие понятия и характеристики и овладеть навыками самостоятельного анализа медиатекста разных жанров.</p> <p><b>ПК-5</b></p> <p>Знать:</p> <p>- содержание деятельности менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>Уметь:</p> <p>- выстраивать взаимодействие внутри отдела для реализации проектов по рекламе и связям с общественностью</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками разработки и реализации проектов по созданию брендов</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Основные понятия феномена рекламы. Роль, функции и типы рекламы. Маркетинговый подход к рекламе и в рекламе. Правовые и этические ограничения рекламного дела. Секреты творческой рекламы: психологический, физиологический и когнитивный уровень. Стратегические стадии рекламной кампании. Основы медиапланирования.</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Мышанский Андрей Алексеевич, доцент.</p>