

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»**

**Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН**

**Шифр: 42.04.01**

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

**Профиль: «Коммуникации в политике и бизнесе»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Бизнес-аналитика» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
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	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиа-продукты, и (или) коммуникационные продукты
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-4.1 Организует процесс исследования потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные, репутационные и пр.) в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. ОПК-4.2 Использует результаты анализа и выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> методы обработки, анализа и систематизации нечисловых, интервальных, панельных данных, временных рядов <b>Уметь:</b> строить модели временных рядов, модели панельных данных социально-экономических процессов и оценивать их адекватность <b>Владеть:</b> методами количественного выражения взаимосвязей экономических процессов и явлений
Краткая характеристика учебной дисциплины	Введение в анализ данных Аналитика нечисловых данных Анализ интервальных данных Временные ряды в анализе данных Анализ панельных данных
Разработчики	Левина Елена Константиновна, старший преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Бренд-билдинг»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	сформировать компетенции обучающегося в области теоретических и прикладных основ разработки и развития торговых марок (брендов) с использованием нестандартных инно-вационных инструментов в брендинге.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии ПК-1 Способен осуществлять авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта. ПК-3 Способен применять технологии создания бренда, управления массовыми коммуникациями, а также выстраивать и налаживать взаимоотношения с органами государственной власти, внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ПК-1.1 Создает и редактирует авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта. ПК-1.2 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии. ПК-3.1 Применяет технологии создания бренда. ПК-3.2 Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих

	<p>информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации</p> <p>ПК-3.3 Осуществляет управление массовыми коммуникациями.</p> <p>ПК-3.4 Выстраивает и налаживает коммуникации с органами государственной власти.</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p><b>ОПК-6</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять отбор и внедрение в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение</li> </ul> <p><b>Владеть:</b> навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.</p> <p><b>ПК-1</b></p> <p><b>Знать:</b> основные приемы и нормы создания авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- редактировать авторский текст любого уровня сложности.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b> навыками выстраивания интегрированных коммуникаций для эффективной реализации коммуникационной стратегии.</p> <p><b>ПК-3</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы и приемы управления массовыми коммуникациями.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности;</li> <li>- выстраивать коммуникации с органами государственной власти.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения технологий создания бренда.</li> </ul>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Продвижение торговой марки (бренда)</p> <p>Построение торговой марки (бренда)</p> <p>Коммуникационное поле бренда</p> <p>Брендинг объектов</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Мышанский Андрей Алексеевич, кандидат исторических наук, доцент</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Выборы и избирательные технологии»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	дать студентам основные знания об избирательном процессе и избирательных технологиях.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1. Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между обществом, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>ПК-2.1 Осуществляет организационное, документационное, аналитическое, информационное обеспечение взаимодействия между обществом, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.</p> <p>ПК-2.2 Организует и проводит мероприятия общественной политической направленности, политические и избирательные кампании, в том числе с учетом знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации</p> <p>ПК-2.3 Знает основные формы сотрудничества со СМИ. Умеет разрабатывать коммуникативные программы продвижения.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>Знать:</b> специфику работы избирательного штаба; основные тенденции формирования российского избирательного законодательства;</p> <p><b>Уметь:</b> организовывать деятельность, направленную на продвижение участника выборов; осуществлять поиск, сбор, обработку и анализ информации для составления аналитических записок в области электорального анализа;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками организации полевого направления в избирательной кампании. Владеть методами политического прогнозирования.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Тема 1 Участники избирательной кампании</p> <p>Тема 2 Место полевого направления в избирательных технологиях</p> <p>Тема 3 Работа с агитаторами в избирательных кампаниях</p> <p>Тема 4 Электоральный анализ</p>
Разработчики	кандидат географических наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук» М.И. Кришталь.

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Выборы и избирательные технологии»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	дать студентам основные знания об избирательном процессе и избирательных технологиях.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1. Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между обществом, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>ПК-2.1 Осуществляет организационное, документационное, аналитическое, информационное обеспечение взаимодействия между обществом, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.</p> <p>ПК-2.2 Организует и проводит мероприятия общественной политической направленности, политические и избирательные кампании, в том числе с учетом знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации</p> <p>ПК-2.3 Знает основные формы сотрудничества со СМИ. Умеет разрабатывать коммуникативные программы продвижения.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>Знать:</b> специфику работы избирательного штаба; основные тенденции формирования российского избирательного законодательства;</p> <p><b>Уметь:</b> организовывать деятельность, направленную на продвижение участника выборов; осуществлять поиск, сбор, обработку и анализ информации для составления аналитических записок в области электорального анализа;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками организации полевого направления в избирательной кампании. Владеть методами политического прогнозирования.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Тема 1 Участники избирательной кампании</p> <p>Тема 2 Место полевого направления в избирательных технологиях</p> <p>Тема 3 Работа с агитаторами в избирательных кампаниях</p> <p>Тема 4 Электоральный анализ</p>
Разработчики	кандидат географических наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук» М.И. Кришталь.

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Иностранный язык в профессиональной деятельности»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов профессионально значимых компетенций, определённых ООП по направлению подготовки 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью", что предполагает готовность использовать иностранный язык в процессе межкультурного взаимодействия в типичных ситуациях устного и письменного общения в сфере профессиональной коммуникации.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-4.1 Редактирует, составляет и переводит различные академические тексты в том числе на иностранном(ых) языке(ах). УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном(ых) языке(ах). ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта. ОПК-1.2 Умеет организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем. ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>УК-4</b> Знать: 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; Уметь: понимать основное содержание 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)  
Владеть: 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 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.

### **ОПК-1**

Знать:

признаки изученных грамматических явлений (видовременных форм глаголов, модальных глаголов и их эквивалентов, артиклей, существительных, неличных форм глагола);

основные нормы речевого этикета (реплики-клише, наиболее распространенная оценочная лексика), принятые в стране изучаемого языка;

основные значения изученных лексических единиц в рамках повседневного и делового общения.

Уметь:

(1) говорение

начинать, вести/поддерживать и заканчивать беседу в стандартных ситуациях общения, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости переспрашивая, уточняя;

расспрашивать собеседника и отвечать на его вопросы, высказывая свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника согласием/отказом, опираясь на изученную тематику и усвоенный лексико-грамматический материал;

делать сообщения, описывать события/явления (в рамках пройденных тем), передавать основное содержание, основную мысль прочитанного или услышанного, выражать свое отношение к прочитанному/услышанному, давать характеристику персонажей;  
использовать синонимичные средства в процессе устного общения;

(2) аудирование

понимать основное содержание аутентичных прагматических текстов и выделять для себя значимую информацию;

понимать основное содержание аутентичных текстов, относящихся к разным коммуникативным типам речи (сообщение/рассказ), уметь определить тему текста, выделить главные факты в тексте, опуская второстепенные;

использовать переспрос, просьбу повторить;

(3) чтение

ориентироваться в иноязычном тексте: прогнозировать его содержание по заголовку;



	<p>читать аутентичные тексты разных жанров с полным и точным пониманием, используя различные приемы смысловой переработки текста (языковую догадку, анализ, выборочный перевод), оценивать полученную информацию, выражать свое мнение;          читать текст с выборочным пониманием нужной или интересующей информации;          (4) письменная речь          заполнять анкеты и формуляры;          Использовать навыки и умения письменной речи, необходимые при написании письменных работ с элементами рассуждения.          Владеть:          навыками работы над учебными и специальными текстами          навыками работы со словарями.          навыками письменной речи (личное и деловое письмо, сочинение, биография).          навыками понимания аудиотекстов (монологической и диалогической речи).</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Средства массовой информации          Радиовещание.          Журналы.          Телевидение.          Современные средства массовой информации.          Реклама.          Маркетинг.</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Поздняков Владимир Владимирович, ст.преп. ресурсного центра          ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Деловой этикет»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	освоение студентами теоретических основ, стилей, методов, норм и ценностей деловой этики и делового этикета, а также формирование практических умений и навыков, позволяющих реализовать этикетные правила в различных деловых ситуациях, необходимых для эффективного осуществления контактов, для проведения официальных и деловых мероприятий.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p> <p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p> <p>ПК-1 Способен осуществлять авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход</p> <p>УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации</p> <p>УК-5.1 Анализирует аксиологические системы; обосновывает актуальность их учета в социальном и профессиональном взаимодействии.</p> <p>УК-5.2 Выстраивает профессиональное взаимодействие с учетом культурных особенностей представителей разных этносов, конфессий и социальных групп.</p> <p>ПК-1.1 Создает и редактирует авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта.</p> <p>ПК-1.2 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>УК-1</b>  <b>Знать:</b>  - механизмы проведения анализа проблемных ситуаций.  <b>Уметь:</b>  - решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.  <b>Владеть:</b>  - навыками разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации.</p> <p><b>УК-5</b>  <b>Знать:</b>  - историю становления и развития этикетных норм и правил поведения; - этические основы современного этикета.  <b>Уметь:</b>  - работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; оценивать</p>

	<p>межличностное общение с точки зрения этических норм и правил; применять правила этикета в деловом общении.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; навыками оценки межличностного общения с точки зрения этических норм и правил; навыками применения правил этикета в деловом общении</li> </ul> <p><b>ПК-1</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфики каналов коммуникации и отечественного опыта.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с медиасообществом и деловыми партнёрами.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками взаимодействия с медиасообществом;</li> <li>- владеть формами делового общения и принципами установления деловых контактов.</li> </ul>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Этикет в системе наук. Этикет в сфере бизнеса и корпоративная социальная ответственность. Профессиональный этикет Деловой этикет. Дресс-код. Этические нормы различных форм деловой коммуникации. Специфика делового общения с иностранными партнерами. Особенности и механизмы внедрения этических принципов и правил в практику деловых отношений в России.</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Струкова Елена Михайловна, старший преподаватель</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Кризисные коммуникации»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
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	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов. и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. ОПК-7.2 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. В своей работе руководствуется принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>ОПК-2</b> <b>Знать:</b> - принципы и методы создания информационных поводов при планировании антикризисной коммуникации; - механизм взаимодействия со средствами массовой информации, методы исследования общественного мнения и анализа собранных данных; <b>Уметь:</b> - владеть технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий; - использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия; - применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта в создании информационных поводов для разрешения кризисной ситуации. <b>Владеть:</b> - способностью создавать информационные поводы при планировании антикризисной коммуникации с применением творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта; - навыками сравнительного анализа и синтеза. <b>ОПК-7</b> <b>Знать:</b>

	<p>- принципы социальной ответственности и этические нормы, принятыми профессиональным сообществом.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- планировать процесс антикризисной коммуникации; определять ключевые группы, вовлеченные в кризисную коммуникацию; использовать различные методы исследований коммуникаций при изучении специфики освещения различных ситуаций, связанных с кризисом;</p> <p>- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками проведения контроля и оценки эффективности мероприятий, проводимых в рамках антикризисных кампаний.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Тема 1. Сущность и основные категории антикризисного PR.</p> <p>Тема 2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью.</p> <p>Тема 3. Правила поведения в отношениях со СМИ.</p> <p>Тема 4. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании.</p> <p>Тема 5. Принципы организации антикризисной PR-кампании.</p> <p>Тема 6. Система антикризисного управления персоналом предприятия.</p>
Разработчики	Струкова Е.М., старший преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Мастер-классы по рекламной видеосъемке» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
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	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в про-цесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и про-граммное обеспечение.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> - основные понятия, методы, способы и средства получения, хранения, переработки видеоинформации. <b>Уметь:</b> - самостоятельно осваивать новые приемы и способы видеосъемки, переходить на новое программное обеспечение, видеооборудование. <b>Владеть:</b> - методами использования видеотех-ники 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, осветительное оборудование и осветительные приборы.
Разработчики	Сивкова А.В., кандидат филологических наук, доцент, Струкова Е.М., ст. преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины «Мастер-классы по фотосъемке» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
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	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в про-цесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и про-граммное обеспечение.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> - основные понятия, методы, способы и средства получения, хранения, переработки видеоинформации. <b>Уметь:</b> - самостоятельно осваивать новые приемы и способы видеосъемки, переходить на новое программное обеспечение, видеооборудование. <b>Владеть:</b> - методами использования видеотех-ники 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, осветительное оборудование и осветительные приборы.
Разработчики	Сивкова А.В., кандидат филологических наук, доцент, Струкова Е.М., ст. преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Кризисные коммуникации»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
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	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов. и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. ОПК-7.2 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. В своей работе руководствуется принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>ОПК-2</b> <b>Знать:</b> - принципы и методы создания информационных поводов при планировании антикризисной коммуникации; - механизм взаимодействия со средствами массовой информации, методы исследования общественного мнения и анализа собранных данных; <b>Уметь:</b> - владеть технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий; - использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия; - применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта в создании информационных поводов для разрешения кризисной ситуации. <b>Владеть:</b> - способностью создавать информационные поводы при планировании антикризисной коммуникации с применением творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта; - навыками сравнительного анализа и синтеза. <b>ОПК-7</b> <b>Знать:</b>



	<p>- принципы социальной ответственности и этические нормы, принятыми профессиональным сообществом.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- планировать процесс антикризисной коммуникации; определять ключевые группы, вовлеченные в кризисную коммуникацию; использовать различные методы исследований коммуникаций при изучении специфики освещения различных ситуаций, связанных с кризисом;</p> <p>- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками проведения контроля и оценки эффективности мероприятий, проводимых в рамках антикризисных кампаний.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Тема 1. Сущность и основные категории антикризисного PR.</p> <p>Тема 2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью.</p> <p>Тема 3. Правила поведения в отношениях со СМИ.</p> <p>Тема 4. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании.</p> <p>Тема 5. Принципы организации антикризисной PR-кампании.</p> <p>Тема 6. Система антикризисного управления персоналом предприятия.</p>
Разработчики	Струкова Е.М., старший преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Методология социологических исследований»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	сформировать у студентов представление о методологических принципах и средствах методического обеспечения и организации социологического исследования для применения полученных знаний в практической деятельности, связанной с работой в области рекламы и связей с общественностью.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-4 Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-4.1 Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие. ПК-4.2 Руководит научными исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-4.3 Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по со-хранению наследия.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<b>Знать:</b> - Взаимосвязь между социологической теорией, методами сбора данных и прикладными задачами Методологические основания социологического исследования, основные методы сбора и анализа социологической информации  <b>Уметь:</b> Анализировать данные о социальных процессах и явлениях для выявления актуальных социальных проблем Производить оценку и применять различные социологические методы в соответствии с исследовательской задачей, областью применения этих методов, выбранной теорией и в зависимости от особенностей целевой группы. Самостоятельно формулировать цель и задачи социологического исследования  <b>Владеть:</b> Представления результатов исследовательской и аналитической работы перед профессиональной и массовой аудиторией Построения социологического инструментария Поиском и реферированием профессиональной литературы (включая Интернет-ресурсы и зарубежную литературу) Использованием информационных технологий и специализированных компьютерных программ для проведения и обработки результатов социологического исследования Построением социологического инструментария
Краткая характеристика учебной дисциплины	Модуль 1. Социологическое исследование в системе социологического знания Модуль 2. Логика и организация социологического исследования Модуль 3. Методы социологического исследования

	Тема 4. Анализ и представление результатов социологического исследования.
Разработчики	Кривошеев Владимир Вениаминович, кандидат социологических наук, профессор

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Организация и проведение пиар-кампаний»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов профессионально значимых компетенций, определённых ООП по направлению подготовки 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью", что предполагает готовность использовать иностранный язык в процессе межкультурного взаимодействия в типичных ситуациях устного и письменного общения в сфере профессиональной коммуникации.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-3 Способен применять технологии создания бренда, управления массовыми коммуникациями, а также выстраивать и налаживать взаимоотношения с органами государственной власти, внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-3.1. Восприятие целей и функций команды</p> <p>УК-3.2. Восприятие функций и ролей членов команды, осознание собственной роли в команде</p> <p>УК-3.3. Выбор стратегии поведения в команде в зависимости от условий</p> <p>ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. Осуществляет аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.</p> <p>ОПК-3.2 Осуществляет авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>ПК-3.1 Применяет технологии создания бренда.</p> <p>ПК-3.2 Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации</p> <p>ПК-3.3 Осуществляет управление массовыми коммуникациями.</p> <p>ПК-3.4 Выстраивает и налаживает коммуникации с органами государственной власти.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>УК-3</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде;</li> <li>-особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/ взаимодействует, учитывает их в своей деятельности;</li> <li>-основные приемы и нормы социального взаимодействия.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></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><b>Владеть:</b></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-3</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <p>- методы решения организационных, медийных и PR-проблем в ходе проведения PR-кампаний.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- создавать PR-тексты любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика).</p> <p><b>ПК-3</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <p>- основные составляющие планирования, организации и проведения PR-кампаний;</p> <p>- методы решения организационных, медийных и ПР проблем в ходе проведения PR-кампаний.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- проводить кампании по связям с общественностью, специальные события, акции и мероприятия;</p> <p>- использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия;</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- терминологическим аппаратом связей с общественностью и рекламы;</p> <p>- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;</p> <p>- навыки работы с мультимедийными материалами.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Определение PR-кампании. Предмет организации кампании в сфере связи с общественностью. Место и роль PR-кампаний в структуре PR. Определение понятия.</p> <p>Определение проблемы, анализ аудитории, выявление целевых групп общественности.</p> <p>Способы постановки целей и задач. Шестиэтапная модель планирования.</p> <p>Типология, особенности, различия в организации специальных мероприятий. Выставка, как одно из главных PR-мероприятий. Общее и различное в проведении рекламных и PR-кампаний. Проведение PR-кампании по RACE-формуле.</p> <p>Коммуникация в рамках PR-кампании. Коммуникационный аудит: определение и сущность.</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Мышанский Андрей Алексеевич, доцент.</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Организация работы пиар-структуры»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	получение студентами теоретических знаний и практических навыков, необходимых для организации работы отдела пресс-службы и отделов по связям с общественностью: <ul style="list-style-type: none"> <li>• формирование представление о функциях, задачах, статусе и структуре отделов пресс-службы и отделов по связям с общественностью;</li> <li>• освоение основных методов и приемов организации работы отделов пресс-службы и отделов по связям с общественностью;</li> <li>• приобретение навыков планирования и оценки эффективности работы пресс-службы и отделов по связям с общественностью в коммерческих и некоммерческих сферах.</li> </ul>
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-3 Способен применять технологии создания бренда, управления массовыми коммуникациями, а также выстраивать и налаживать взаимоотношения с органами государственной власти, внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-3.1 Применяет технологии создания бренда. ПК-3.2 Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации ПК-3.3 Осуществляет управление массовыми коммуникациями. ПК-3.4 Выстраивает и налаживает коммуникации с органами государственной власти.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: особенности профессиональной деятельности специалиста в отделе пресс-службы и связей с общественностью. Уметь: осуществлять профессиональные функции в подразделениях различного типа и подчинения. Владеть: навыками совместной работы с представителями других подразделений.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Целесообразность, функции и задачи пиар-отделов. Направления деятельности пиар-отделов. PR-служба в системе управления организацией. Принципы построения и задачи PR-отдела. Взаимоотношения PR-службы с другими подразделениями организации. Основные направления media relations. Ньюсмейкинг. Мониторинг СМИ. Составление медиа-карты. Взаимодействие с журналистами. Организация пресс-мероприятий. Организация и выпуск корпоративного издания. Типовые структуры и функции пиар-отделов. Принципы оценки эффективности деятельности пиар-отделов.
Разработчики	к.ф.н., доцент Сивкова А.В., старший преподаватель Струкова Е. М.

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Политическая география и геополитика»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	сформировать компетенции, умения и навыки в сфере политической географии и геополитики, позволяющие студентам анализировать геополитические идеи, современную геополитическую картину мира и возможные сценарии ее развития и уметь применять теоретические знания и прикладные основы политической географии и геополитики в профессиональной сфере.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1. Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2. Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: действующие правовые нормы и ограничения, оказывающие регулирующее воздействие, необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы. Уметь: определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов Владеть: навыками анализа геополитических процессов и явлений; навыками отбора источников информации в сфере геополитических исследований.
Краткая характеристика учебной дисциплины	1. Введение в политическую географию и геополитику 2. Глобальные геополитические системы 3. Интеграционные объединения 4. Государства 5. Свойства и состав территории государства. Государственные границы 6. Регионы и муниципалитеты 7. Пространственная идентичность 8. История геополитических идей (часть 1) 9. История геополитических идей (часть 2). Геополитика современной эпохи
Разработчики	Зверев Юрий Михайлович, к.г.н., доцент, доцент Института управления и территориального развития

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Политология»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
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-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1. Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2. Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - специфику предмета политической науки, основные этапы её становления и развития. Уметь: - выявлять актуальные политические проблемы в России и мире. Владеть: - 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 <b>«Правовое регулирование в профдеятельности»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
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-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	УК-1.1. Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2. Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - специфику предмета политической науки, основные этапы её становления и развития. Уметь: - выявлять актуальные политические проблемы в России и мире. Владеть: - 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 <b>«Производство медиапродукта»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	сформировать компетенции обучающегося в области теоретических и прикладных основ разработки и развития торговых марок (брендов) с использованием нестандартных инно-вационных инструментов в брендинге.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта. ОПК-1.2 Умеет организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем. ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем. ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов. и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

	<p><b>ОПК-3.1</b> Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. Осуществляет аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.</p> <p><b>ОПК-3.2</b> Осуществляет авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p><b>ОПК-6.1</b> Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.</p> <p><b>ОПК-6.2</b> Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.</p> <p><b>ОПК-6.3</b> Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p><b>ОПК-1</b> Знать: - особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта. Уметь: - организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем. Владеть: - навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.</p> <p><b>ОПК-2</b> Знать: - основные принципы взаимодействия общественных и государственных институтов. Уметь: - выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. Владеть: - навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов. и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов..</p> <p><b>ОПК-3</b> Знать:</p>

	<p>- этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. Уметь:</p> <p>- осуществлять аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.</p> <p>Владеть: навыками авторской и редакторской деятельности по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p><b>ОПК-6</b></p> <p>Знать:</p> <p>- основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>- осуществлять отбор и внедрение в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение</p> <p>Владеть: навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Тема 1. Понятие медиапланирования Тема 2. Основы копирайтинга. Тема 3. Рекламные материалы и их размещение Тема 4. Организация творческой деятельности Тема 5. Творческие приемы в рекламе Тема 6. Разработка идей печатной рекламы Тема 7. Базовые принципы рекламного дизайна: шрифт, логотип Тема 8. Разработка упаковки Тема 9. Наружная реклама как инструмент системы продвижения Тема 10. Производство оригинал-макета печатной рекламы Тема 11. Принципы создания модульной газетной рекламы Тема 12. Производство видеорекламы Тема 13. Спонсорская деятельность. Тема 14. PR первого лица Тема 15. Корпоративные СМИ Тема 16. Event как медиапродукт Тема 17. Эффективность медиапродукта</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Мышанский Андрей Алексеевич, кандидат исторических наук, доцент</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«СМИ в системе политических коммуникаций»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	является изучение магистрами места и роли средств массовой информации в системе политических коммуникаций, формирование представлений о средствах массовой информации с одной стороны, как субъекте политического процесса, инструмента политических технологий и с другой, как об объекте политического воздействия. Формирование навыков анализа взаимодействия СМИ со структурами власти, политическими организациями, другими субъектами политического процесса.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-2.1 Осуществляет организационное, документационное, аналитическое, информационное обеспечение взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами. ПК-2.2 Организует и проводит мероприятия общественно-политической направленности, политические и избирательные кампании, в том числе с учетом знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации ПК-2.3 Знает основные формы сотрудничества со СМИ. Умеет разрабатывать коммуникативные программы продвижения.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - основные формы сотрудничества со СМИ; - государственные и общественные СМИ, их роль в политических процессах, в формировании гражданского общества; роль средств массовой информации в современной российской политике, в жизни современного российского общества; - механизм взаимодействия со средствами массовой информации; Уметь: - использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия со СМИ; Владеть: - представлениями о СМИ как субъекте политики, объекте политического воздействия и трансляторе представлений о внешней и внутренней политике среди населения России.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Роль и функции политических коммуникаций в информационном пространстве Тема 2. Основные этапы развития институционализации медиаполитического пространства в России Тема 3. Технологии воздействия СМИ на политический процесс Тема 4. СМИ как элемент публичной политической коммуникации Тема 5. Роль телевидения и Интернета в отражении политических процессов Тема 6. Проблемы политико-правового регулирования деятельности СМИ

	Информационная политика российского государства на современном этапе.
Разработчики	Струкова Е.М., старший преподаватель

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Современная медиаиндустрия и медиапланирование»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	ознакомление студентов с основными принципами функционирования медиаэкономики и медиапланирования в разных отраслях (печатные СМИ, радио, телевидение, новые медиа), ценовой политикой медиаиндустрий; формирование практических навыков для самостоятельного анализа медиарынка, а также - понимания функционирования рыночной системы российских и европейских медиа в условиях медиаконвергенции.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-4.1 Организует процесс исследования потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные, репутационные и пр.) в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. ОПК-4.2 Использует результаты анализа и выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов. ПК-2.1 Осуществляет организационное, документационное, аналитическое, информационное обеспечение взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами. ПК-2.2 Организует и проводит мероприятия общественно-политической направленности, политические и избирательные кампании, в том числе с учетом знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации ПК-2.3 Знает основные формы сотрудничества со СМИ. Умеет разрабатывать коммуникативные программы продвижения.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	ОПК-4 Знать: ключевые понятия медиаэкономики, социальноэкономические принципы организации медиаиндустрий современных России и Европы в различных отраслях (пресса, телевидение, радио, новые медиа) Уметь: найти, проанализировать и интерпретировать первичные данные о работе различных медиаиндустрий в ракурсе существующей проблематики Владеть: навыками сравнительного анализа и интерпретации данных о работе различных отраслей медиаиндустрий ПК-2

	<p>Знать: технологии создания медиапродуктов в России и за рубежом; особенности сферы управления процессом создания медиапродуктов и коммуникационных продуктов.</p> <p>Уметь: организовывать работу с основными акторами медиа-рынка; генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор.</p> <p>Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью, а также в систему управления предприятием и организацией в целом.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Основные понятия медиаэкономики и структура рынка массмедиа</p> <p>Печатные медиа</p> <p>Радиовещание</p> <p>Телевидение</p> <p>Экономика, медиконвергенция и новые медиа</p> <p>Медиаэкономика в современном обществе. Медиаиндустрии и европеизация: конвергенция и(или) дивергенция?</p>
Разработчики	Чистякова Любовь Сергеевна, доцент.



<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Современная политическая система РФ»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	приобретение студентами углубленных знаний о политической системе РФ; <ul style="list-style-type: none"> <li>• овладение методологией и методами политического управления;</li> <li>• формирование глубокого и системного понимания происхождения, сущности, особенностей, функций и современных тенденций реформирования системы государственного управления в контексте социальных институтов, процессов и отношений</li> </ul>
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-4 Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ПК-4.1 Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие. ПК-4.2 Руководит научными исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-4.3 Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по сохранению наследия.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать характеристики современных политических процессов в РФ; особенности информационного обеспечения системы государственного управления;  Уметь анализировать и составлять коммуникационные планы для органов государственной власти и местного самоуправления; анализировать экономические и социальные явления и тенденции в рамках выстраивания диалога культур;  Владеть навыками организационно-управленческой деятельности; навыками подготовки рекомендаций для политико-управленческих решений по направлениям современной политики РФ.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Формы и концепции государственного устройства и политическая система современной России Особенности организации государственного аппарата РСФСР и СССР (1917-1990гг.). Становления новой системы органов государственного управления России в период 1991 - 1993 гг. Основные принципы организации современной системы органов государственной власти в Российской Федерации. Механизмы разработки государственной политики в Российской Федерации. Избирательные системы современной России. Специфика государственного менеджмента в РФ Управление и самоуправление в субъектах Российской Федерации.
Разработчики	кандидат исторических наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук» Максимов И.П.

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Современные политические технологии и коммуникации»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	освоение студентами теоретических основ и практики современных коммуникативных и технологических процессов в политической жизни, а также получение знаний в области управления коммуникативными и технологическими стратегиями и эффектами в рамках освоения ООП по направлению 42.04.01 «реклама и связи с общественностью», профиль/направленность «Коммуникации в политике и бизнесе».
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта. ОПК-1.2 Умеет организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем. ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем. ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов. и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ПК-2.1 Осуществляет организационное, документационное, аналитическое, информационное обеспечение взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.

	<p>ПК-2.2 Организует и проводит мероприятия общественно-политической направленности, политические и избирательные кампании, в том числе с учетом знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации</p> <p>ПК-2.3 Знает основные формы сотрудничества со СМИ. Умеет разрабатывать коммуникативные программы продвижения.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>ОПК-1 Знать специфику современных коммуникативных технологий в профессиональной сфере Уметь применять современные коммуникативные технологии включая Интернет технологии в профессиональной деятельности Владеть навыками профессиональной коммуникации, в том числе в научной среде.</p> <p>ОПК-2 Знать основные принципы политических коммуникаций; Уметь использовать эффективные коммуникации учитывая специфику деловой культуры в РФ Владеть коммуникативными технологиями общения с различными аудиториями</p> <p>ПК-2 Знать основные формы сотрудничества со СМИ Уметь разрабатывать коммуникативные программы продвижения политических текстов в СМИ Владеть методами взаимодействия для совместной коммуникативной работы с органами местного самоуправления, законодательной и с исполнительной власти в регионе.</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Тема 1. Социально-политические технологии: сущность, виды и условия реализации</p> <p>Тема 2. Технологии социально-политического анализа</p> <p>Тема 3. Технологии прогнозирования социально-политических процессов</p> <p>Тема 4. Технологии принятия политико-административных решений</p> <p>Тема 5. Технологии взаимодействия органов исполнительной власти с политическими партиями</p> <p>Тема 6. Политические Интернет-технологии в системе политической коммуникации.</p>
Разработчики	кандидат социологических наук, доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук» Берендеев М.В.

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Современный политический менеджмент»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	формирование знаний, аналитических и технологических навыков в области современного политического менеджмента.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p> <p>ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход</p> <p>УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации</p> <p>ПК-2.1 Осуществляет организационное, документационное, аналитическое, информационное обеспечение взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.</p> <p>ПК-2.2 Организует и проводит мероприятия общественно-политической направленности, политические и избирательные кампании, в том числе с учетом знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации</p> <p>ПК-2.3 Знает основные формы сотрудничества со СМИ. Умеет разрабатывать коммуникативные программы продвижения.</p> <p>ПК-1.4. Способен к осуществлению комплексной политической диагностики, участию в экспертизе нормативно-правовых документов и организации работы по объяснению, прогнозированию политических процессов и проблемных ситуаций</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>УК-1</p> <p>Знать: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач;</p> <p>Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения;</p> <p>Владеть: методиками разработки цели и задач проекта.</p> <p>Пк-2</p> <p>Знать: организацию управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти, аппарате политических партий и общественно-политических движений, ОМС, бизнес-структурах, международных организациях, средствах массовой информации, принятия политических решений, лоббирования, коммуникационных и имиджевых технологий</p> <p>Уметь: самостоятельно использовать полученные знания в сфере организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти, аппарате политических партий и общественно-политических движений, ОМС, бизнес-структурах, международных организациях, средствах массовой информации</p>

	<p>информации, принятия политических решений, лоббирования, коммуникационных и имиджевых технологий.</p> <p>Владеть: навыками использования совокупности знаний в сфере организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти, аппарате политических партий и общественно- политических движений, ОМС, бизнес-структурах, международных организациях, средствах массовой информации, принятия политических решений, лоббирования, коммуникационных и имиджевых технологий.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Политический менеджмент как учебная дисциплина и направление политической науки</p> <p>Развитие политического менеджмента и его основные концепции</p> <p>Маркетизация современного политического менеджмента</p> <p>Основы партийного строительства</p> <p>Эверсионные политические технологии</p> <p>Политические технологии в Интернете</p> <p>Политический PR-менеджмент и работа с информацией</p> <p>Спин-докторинг и спичрайтинг в политике</p> <p>Политический имиджмейкинг и брендинг</p> <p>Политический GR-менеджмент</p> <p>Управление политическими кампаниями.</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Уразбаев Евгений Евгеньевич, канд. полит. н., доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук».</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Социология экономической сферы жизни общества»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов представлений о социальных факторах, определяющих экономическое действие, методах экономико-социологического исследования и навыков для возможного применения этих знаний в различных видах профессиональной деятельности.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-4 Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>ПК-4.1 Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие.</p> <p>ПК-4.2 Руководит научными исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПК-4.3 Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по сохранению наследия.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические концепции и категориальный аппарат экономической социологии;</li> <li>- ключевые термины для описания и обсуждения современных социально-экономических проблем;</li> <li>- основные способы и приемы социально-экономического анализа.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить социальноэкономического развития современного общества, государства и региона;</li> <li>- выстраивать стратегии управления социально-экономическими процессами современного общества, государства или региона на основе научно обоснованного знания.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками составления аналитических отчетов, записок, экспертных заключений по социально-экономическим вопросам для выработки управленческих решений;</li> <li>- навыками социологического анализа текущей социальноэкономической ситуации для принятия грамотных и взвешенных решений или экспертизы управленческих проектов.</li> </ul>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Тема 1. Развитие представлений об экономической деятельности и экономических отношениях в экономике и социологии</p> <p>Тема 2. Современная экономическая социология</p> <p>Тема 3. Социокультурные основы экономического действия</p> <p>Тема 4. Социальные роли в экономических институтах</p> <p>Тема 5. Социология предпринимательства</p> <p>Тема 6. Фирма как основной субъект хозяйственной деятельности.</p> <p>Тема 7. Организационная структура, культура и процессы</p> <p>Тема 8. Трудовые отношения</p>

	Тема 9. Современный рынок труда Тема 10. Домашнее хозяйство и неформальная экономика Тема 11. Социальная и экономическая стратификация Тема 12. Экономическая социология современной России
Разработчики	Кривошеев Владимир Вениаминович, кандидат социологических наук, профессор

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Сторителлинг и спичрайтинг»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	представить обучающимся вопросы теории современного сторителлинга и спичрайтинга, сформировать умения и навыки практической работы с рекламными, PR-текстами, текстами деловой коммуникации (навыки анализа информации и подготовки собственных текстов), создания рекламных историй.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p> <p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p> <p>ПК-1 Способен осуществлять авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход.</p> <p>УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации.</p> <p>УК-4.1 Редактирует, составляет и переводит различные академические тексты в том числе на иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>ПК-1.1 Создает и редактирует авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта.</p> <p>ПК-1.2 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><b>УК-1</b> Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- процессы и технологии разработки, подготовки и создания проета.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать идею проекта, находить историю и выделять в ней героя, находить подход к работе с героем, обоснованно выбирать инструменты для рассказывания истории, представлять и защищать готовый проект.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыки создания проектов с интерактивными элементами, выбора необходимого типа медиа для реализации проекта, построения коммуникации внутри команды проекта и его аудиторией, представления и защиты проекта.</li> </ul> <p><b>УК-4</b> Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные категории и термины сторителлинга;</li> <li>- основные категории и термины спичрайтинга;</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные параметры оценки различных видов устного общения;</li> <li>- методологические основы анализа текста.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в современных научных концепциях, грамотно ставить и решать и практические задачи в области спичрайтинга;</li> <li>- проводить основные этапы комплексного анализа текстов;</li> <li>- ориентироваться в речевой ситуации в условиях активизации публичных коммуникаций;</li> <li>- производить оценку значимости каждого элемента в речевом функционировании;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками общения, анализа и использования данных прикладных исследований в области спичрайтинга;</li> <li>- навыками самостоятельного мышления в соответствии с правилами логики и техники мыслительной деятельности.</li> </ul> <p><b>ПК-1</b></p> <p>Знать:</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>Уметь:</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>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками поиска нужной информации в печатных текстах, Интернете, обработки информации, содержащейся в текстах..</li> </ul>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Введение в курс «Спичрайтинг».  Речевая практика современного общества  Подготовка к публичному выступлению. Организация публичного выступления. Методология оценки воспринимающей аудитории  Техника публичного выступления. Средства управления вниманием аудитории. Коммуникационная риторика.  Риторические навыки PR-специалиста  Знакомство с понятием сторителлинга  Текстовые, визуальные и интерактивные элементы в сторителлинге  Герой истории</p>
<p>Разработчики</p>	<p>Струкова Е.М., старший преподаватель</p>

<b>АННОТАЦИЯ</b> рабочей программы дисциплины <b>«Теория и практика рекламы и связей с общественностью»</b> по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю подготовки «Коммуникации в политике и бизнесе» квалификация выпускника магистр	
Цель изучения дисциплины	формирование 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	<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p> <p>ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p> <p>ПК-3 Способен применять технологии создания бренда, управления массовыми коммуникациями, а также выстраивать и налаживать взаимоотношения с органами государственной власти, внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом</p> <p>ПК-1 Способен осуществлять авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>
Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	<p>УК-4.1 Редактирует, составляет и переводит различные академические тексты в том числе на иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.</p> <p>ОПК-1.2 Умеет организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.</p> <p>ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.</p> <p>ПК-3.1 Применяет технологии создания бренда.</p> <p>ПК-3.2 Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации</p> <p>ПК-3.3 Осуществляет управление массовыми коммуникациями.</p>

	<p>ПК-3.4 Выстраивает и налаживает коммуникации с органами государственной власти.</p> <p>ПК-1.1 Создает и редактирует авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта.</p> <p>ПК-1.2 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p><b>УК-4</b> Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные коммуникативные технологии.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- представлять результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками редактирования, составления различных рекламных текстов.</li> </ul> <p><b>ОПК-1</b> 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-3</b> Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы и приемы управления массовыми коммуникациями.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности;</li> <li>- выстраивать коммуникации с органами государственной власти.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения технологий создания бренда.</li> </ul> <p><b>ПК-1</b> Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику этапов подготовки и реализации рекламного проекта/текста;</li> <li>- виды и объем 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>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оптимально распределять виды и объемы работ, подлежащих выполнению на разных этапах создания рекламного продукта;</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;</li> <li>- критически оценивать результаты собственной работы;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с проектной документацией;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <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>
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>История развития PR и рекламы. Современное состояние отрасли, перспективы развития</p> <p>Теоретические модели PR-и рекламных коммуникаций.</p> <p>Управление репутацией, брендинг и реклама. Корпоративная PR-стратегия: социологическое исследование, разработка, реализация, корректировка.</p> <p>Секреты творческой рекламы: психологический, физиологический и когнитивный уровень.</p> <p>Media relations: от медиастратегии к технологиям реализации. Работа пресс-службы.</p> <p>Событийная коммуникация и новые технологии в PR и рекламе.</p> <p>Стратегические стадии рекламной кампании. Основы медиапланирования.</p>
Разработчики	Сивкова Анна Вадимовна, к.ф.н, доцент, Струкова Елена Михайловна, старший преподаватель