

Институт социально-политических технологий и коммуникаций

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
Н.Ю. Сорокин
« 12 » * 10 2017г.



СБОРНИК

АННОТАЦИЙ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Программа академического бакалавриата

**Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и
муниципального управления**

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Нормативный срок освоения программы
(очная форма обучения) 4 года

СОДЕРЖАНИЕ

1. Аннотация рабочей программы дисциплины «История (всемирная и отечественная)»
2. Аннотация рабочей программы дисциплины «Философия»
3. Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономика»
4. Аннотация рабочей программы дисциплины «Социология»
5. Аннотация рабочей программы дисциплины «Культурология»
6. Аннотация рабочей программы дисциплины «Математическая статистика»
7. Аннотация рабочей программы дисциплины «Деловые коммуникации»
8. Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык (английский)»
9. Аннотация рабочей программы дисциплины «Информационные технологии»
10. Аннотация рабочей программы дисциплины «Компьютерные технологии»
11. Аннотация рабочей программы дисциплины «Введение в коммуникативные специальности»
12. Аннотация рабочей программы дисциплины «Социология массовых коммуникаций»
13. Аннотация рабочей программы дисциплины «Психология массовых коммуникаций»
14. Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика массовой информации»
15. Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы теории коммуникации»
16. Аннотация рабочей программы дисциплины «Имиджеология»
17. Аннотация рабочей программы дисциплины «Межкультурные коммуникации в профессиональной сфере»
18. Аннотация рабочей программы дисциплины «Конфликтология»
19. Аннотация рабочей программы дисциплины «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»
20. Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций»
21. Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»
22. Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика рекламы»
23. Аннотация рабочей программы дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью»
24. Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы менеджмента»
25. Аннотация рабочей программы дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»
26. Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы маркетинга»
27. Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью»
28. Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы брендинга»
29. Аннотация рабочей программы дисциплины «Медиапланирование»
30. Аннотация рабочей программы дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»
31. Аннотация рабочей программы дисциплины «Физическая культура»
32. Аннотация рабочей программы дисциплины «Актуальные проблемы и история международных отношений и внешней политики стран АТР»
33. Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык (китайский)»
34. Аннотация рабочей программы дисциплины «Стилистика и литературное редактирование»
35. Аннотация рабочей программы дисциплины «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью»
36. Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы предпринимательской деятельности в рекламе и связях с общественностью»

37. Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык профессиональной коммуникации»
38. Аннотация рабочей программы дисциплины «Русский язык и культура речи»
39. Аннотация рабочей программы дисциплины «Имидж государства и региона»
40. Аннотация рабочей программы дисциплины «Консалтинг: политическое консультирование»
41. Аннотация рабочей программы дисциплины «Технологии рекламы и связей в общественных и государственных структурах»
42. Аннотация рабочей программы дисциплины «Планирование и организация коммуникационных кампаний»
43. Аннотация рабочей программы дисциплины «Социальные медиа»
44. Аннотация рабочей программы дисциплины «Креативные технологии в PR и в рекламе»
45. Аннотация рабочей программы дисциплины «Дизайн визуальных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью»
46. Аннотация рабочей программы дисциплины «Элективные курсы по физической культуре»
47. Аннотация рабочей программы дисциплины «Взаимодействие государства и гражданского общества»
48. Аннотация рабочей программы дисциплины «Современные аспекты региональной политики»
49. Аннотация рабочей программы дисциплины «Логические основы аргументации»
50. Аннотация рабочей программы дисциплины «Риторический практикум»
51. Аннотация рабочей программы дисциплины «Миграционные процессы в России и странах СНГ»
52. Аннотация рабочей программы дисциплины «Социально-политические проекты XXI века»
53. Аннотация рабочей программы дисциплины «Коммуникационный менеджмент»
54. Аннотация рабочей программы дисциплины «Проектирование в рекламе и связях с общественностью»
55. Аннотация рабочей программы дисциплины «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью»
56. Аннотация рабочей программы дисциплины «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью»
57. Аннотация рабочей программы дисциплины «Брендинг территории»
58. Аннотация рабочей программы дисциплины «Организация специальных событий в общественных местах»
59. Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление выставочными коммуникациями»
60. Аннотация рабочей программы дисциплины «Современная пресс-служба»

Аннотация рабочей программы дисциплины
«История (всемирная и отечественная)»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.1).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Философия и социально-гуманитарные дисциплины».

Цель дисциплины: формирование у студентов систематизированных знаний об основных закономерностях всемирно-исторического процесса, основных этапах и содержании истории России с древнейших времен до наших дней, ее культурно-историческом своеобразии и месте в мировой истории. Изучение дисциплины должно помочь воспитанию гражданственности, толерантности и социальной ответственности студентов, развитию их творческого мышления, общей и информационной культуры, формированию навыков ведения дискуссии и полемики.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, отражающих процессы развития российского государства и общества в контексте мировых исторических событий: предпосылки формирования древнерусской государственности; особенности развития Руси в условиях Средневековья: Россия в период Нового времени, становление, развитие и крах Российской империи; становление и развитие советского социалистического государства, причины распада; Россия в конце XX- начале XXI вв.: в поисках новой модели развития.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2).

Перечень образовательных технологий: лекции (в том числе в интерактивных формах), практические занятия (включая интерактивные формы), диспуты, разбор исторических ситуаций.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет:

3 зачётные единицы, 108 часа, из них:

аудиторные занятия 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа студентов 54 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме домашних заданий, опроса, тестирования, письменных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «1» семестре.

Разработала доцент «Философия и социально-гуманитарные дисциплины» Малявина Л.С.

должность

кафедра

Ф.И.О.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Философия»

По направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления».

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.2).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Философия и социально-гуманитарные дисциплины»

Цель дисциплины: формирование представлений о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира; ознакомление с историческими этапами развития мировой философии, ее основными направлениями и школами; формирование представлений о глобальных проблемах современной цивилизации и состоянии их философской разработки;

Содержание дисциплины: охватывает следующий круг вопросов: предмет, структура и функции философии, генезис, исторические этапы и направления философии; формы научного познания; наука и техника; философия человека, понятие личности; общество и его структура, гражданское общество и государство; глобальные проблемы и будущее человечества.

Процесс изучения философии направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часов, из них:

аудиторные занятия 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа студентов 54 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме тестов, проверки конспектов, словарей, оценки выступлений, письменных работ и тестирования;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «3» семестре.

Разработал доцент «Философия и социально-гуманитарные дисциплины» Селеверстов Р.Е.
должность кафедра Ф.И.О.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономика»

По направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления».

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.3).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Философия и социально-гуманитарные дисциплины».

Цель дисциплины: состоит в формировании у будущих специалистов экономического сознания путем освоения комплекса знаний о функционировании экономической сферы жизни общества.

Содержание дисциплины: Экономика как учебная дисциплина занимает важное место в подготовке профессиональных кадров. Основная цель кадровой политики — это формирование высокопрофессионального, стабильного, оптимально сбалансированного кадрового корпуса, наиболее полно соответствующего современным и прогнозируемым социально-политическим, экономическим, криминогенным и другим условиям, способного эффективно решать задачи, поставленные обществом и государством. Средством достижения данной цели выступает высокий уровень экономического сознания и экономической культуры.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК–3).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «1» семестре.

Разработал ст.преп. «Философия и социально-гуманитарные дисциплины» Давыдов О.Б.
должность кафедра Ф.И.О.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Социология»

По направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления».

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.4).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Философии и социально-гуманитарных дисциплин».

Цели дисциплины: систематическое изложение положений социологической науки, направленное на формирование у обучающихся целостного представления об обществе.

Содержания дисциплины: социология, являясь наукой об обществе как целостной системе, занимает особое место среди дисциплин социально-гуманитарного цикла, изучаемых в вузе, и призвана сформировать у студентов системные знания об обществе. Она имеет достаточно сложную структуру, которая не ограничивается уровнем теоретических знаний о социуме и социальных процессах; широко оперирует эмпирической информацией, а при изучении социальных явлений большое значение уделяет конкретным эмпирическим исследованиям; использует конкретные данные и теоретические положения прежде всего истории, экономики, политологии, социальной философии, демографии, социальной статистики, юриспруденции, т. е. взаимодействует с другими социально-гуманитарными науками, участвует в междисциплинарных исследованиях социальной реальности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- ✓ способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часов, из них
аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;
практические занятия 18 часов;
самостоятельная работа студента 36 часов;
контроль 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования;
рубежный контроль в форме комплексной оценки;
промежуточный контроль в форме экзамена во «1» семестре.

Разработала доцент «Философия и социально-гуманитарные дисциплины» Давыдова С.И.
должность кафедра Ф.И.О.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Культурология»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.5).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Литература и журналистика».

Цель дисциплины: раскрыть сущность культуры и закономерности ее исторического развития, осмыслить уникальный опыт диалога культур и способы его миропонимания, представить современность как результат культурно-исторического развития человечества.

Содержание дисциплины: курс включает два раздела - теория и история культуры. Разделы дисциплины представляют собой многомерный подход к различным феноменам культуры. Культурология призвана помочь студенту составить целостное представление о связи человека с миром через творения предшествующих поколений и современников, приобщить студента к культуре «как внутреннему единству смыслов», определяющих характер и структуру общественных институтов, направлений научного поиска и деятельности человека, становлению ценностного сознания.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

Перечень образовательных технологий: в ходе занятий с обучающимися по данной дисциплине преподавателями используются активные и интерактивные образовательные технологии: традиционные технологии обучения (лекции, практические, семинарские занятия, организация самостоятельной работы, консультации); объяснительно-иллюстративные методы обучения; технологии интерактивного обучения (мультимедийная лекция, лекция-беседа, круглый стол, диспут, метод проблемного изложения).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

Зачетные единицы, 108часов, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18часов;

практические занятия 18часов;

самостоятельная работа студентов 36часов;

контроль 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости: письменная контрольная работа, собеседования;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «2» семестре.

Разработала преподаватель «Литература и журналистика» Струк А.А.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Математическая статистика»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.6).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Математика и информационные технологии».

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов базовых знаний основных разделов математики как средства исследования, моделирования и прогнозирования социальных процессов и явлений.

Содержание дисциплины: «Математическая статистика»: студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе получения общего среднего образования. Изучение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин математического и естественнонаучного цикла, дисциплин профессионального цикла «Социология массовых коммуникаций», «Консалтинг: политическое консультирование»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- ✓ способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельные работы 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачет в «1» семестре.

Разработал профессор «Математика и информационные технологии» Казинец В.А.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Деловые коммуникации»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: Дисциплина базовой части (Б1.Б.7).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Целью дисциплины: является формирование у учащихся необходимых психологических и нравственных качеств, необходимых для успешной реализации задач в области рекламы и связей с общественностью. Основной задачей дисциплины является усвоение студентами нравственных норм делового общения и делового этикета.

Содержание дисциплины: охватывает стратегию и тактику делового взаимодействия в различных сферах деятельности (в том числе и на международном уровне), виды и этапы деловых переговоров, систему мотиваций участников рекламного дела и связей с общественностью, специальные технологии общения и групповой работы, возможности и недостатки вербальных средств общения, способы избегания потерь информации, основные факторы эффективной коммуникации; навыки ведения различных форм деловых бесед, использование основных правил делового этикета с учетом специфических особенностей работы специалиста по связям с общественностью, применение правил деловой переписки и составления служебных документов, использование психологических и речевых средств повышения выразительности, владение техникой эффективного публичного выступления.

Процесс изучения дисциплин направлен на формирование следующих компетенции:

- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часа, из них:

аудиторные занятия 54 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа студентов 54 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме тестирования, домашних заданий, доклада;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета в «2» семестре.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Хмель Н.А.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык (английский)»

По направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.8).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Курс иностранного языка служит средством совершенствования коммуникативной компетенции студентов, направлено на развитие у них навыков профессионального общения на английском языке. Курс английского для бакалавров рекламы и связей с общественностью направлен на подготовку студентов к чтению специальной литературы и обсуждению тем связанных с многочисленными проблемами современного общества (свобода слова, права человека, роль государства в экономике и др.) Обучение иностранному языку имеет коммуникативно-направленный и профессионально-ориентированный характер. Основной целью курса «Иностранный язык (первый)» для бакалавров РСО является обучение практическому владению языком специальности для активного применения иностранного языка в повседневном, но особенно в профессиональном общении. Предлагаемая дисциплина является важным элементом системы профессионального непрерывного образования и является предшествующей дисциплине профессионального цикла «Иностранный язык профессиональной коммуникации».

Цели освоения дисциплины: Основной целью дисциплины курса «Иностранный язык» является формирование иноязычной коммуникативной компетенции как элемента профессиональной компетентности через обучение практическому владению иностранным языком для использования его в общении и профессиональной деятельности при решении повседневных, деловых, научных, академических и культурных задач. Содержание дисциплины: развитие речевой компетенции (говорение, письмо, чтение, аудирование); развитие языковой компетенции - овладение новыми языковыми средствами (фонетическими, орфографическими, лексическими, грамматическими) в соответствии с темами, сферами и ситуациями общения, предложенные данной дисциплиной; развитие межкультурной компетенции; развитие учебно-познавательной компетенции - развитие общих и специальных учебных умений; продолжение формирования способов и приемов самостоятельной работы при изучении английского языка и культуры, в том числе с использованием новых информационных технологий; дальнейшее развитие и воспитание понимания у студентов важности изучения английского языка и потребности пользоваться им как средством общения, познания, самореализации и ведения профессиональной деятельности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- ✓ владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес - план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4).

Перечень образовательных технологий: лабораторные занятия, презентации, доклады, самостоятельная работа студентов

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

12 зачетные единицы, 432 часа, из них:

аудиторные занятия 216 часов, (в том числе «50%» в интерактивной форме)

Программой дисциплины предусмотрены:

лабораторные занятия 216 часов;
самостоятельная работа студента 216 часов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:
текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;
рубежный контроль в форме комплексной оценки;
промежуточный контроль в форме зачета в «1» семестре, зачет с оценкой «2» семестр,
экзамен в «3» семестр.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Лабзина Ю.Е.
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Информационные технологии»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.9).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Математика и информационные технологии».

Целью дисциплины: является расширение и углубление знаний в области новых информационных технологий, овладение мультимедиа технологиями, включая знания о теоретических и информационно-технологических основах систем мультимедиа для проектирования, создания мультимедиа-приложений и размещения их в локальной сети и глобальной сети Интернет, ознакомление с системами распознавания текстов; формирование личностных качеств, способности и готовности применять знания и умения в исследовательской и профессиональной области.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с основными возможностями универсальных и профессиональных программных продуктов, вопросы создания электронных наглядных материалов с помощью универсальных наглядных продуктов, методы грамотного оформления электронных и печатных текстов профессионального назначения и приемы разработки презентаций, наглядных электронных материалов, использование облачных сервисов.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

Перечень образовательных технологий: используются стандартные образовательные технологии (лекции, устный опрос, зачет), инновационные технологии обучения (индивидуальные образовательные траектории, дистанционное обучение, он-лайн и оф-лайн обучение) и информационные технологии: интерактивное обучение (компьютерные обучающие программы, включающие в себя электронные учебники, тренажеры, тьюторы, лабораторные практикумы, тестовые системы); мультимедийное обучение (презентации); интеллектуальные и обучающие ЭС, используемые в различных предметных областях; сетевые компьютерные технологии (Интернет); Электронные библиотеки; компьютерное тестирование (промежуточное, итоговое).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов, (в том числе «10%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

лабораторных занятия 18 часов;

самостоятельная работа студентов 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме доклада, тестирования, опроса;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «1» семестре.

Разработала ст.преп.«Математика и информационные технологии» Духовникова И.Ю.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Компьютерные технологии»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.10).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель дисциплины: сформировать у студента представления об особенностях работы с графическими программами для растровых и векторных изображений, а так же научить основам подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных со спецификой создания макетов при помощи компьютерных технологий, специальных программ; особенностей поиска с конкретными задачами как растровых так и векторных исходников, определенных цветов и размеров; изучение различных типов файлов и цветовых моделей, реализацию на цифровых и печатных носителях.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- ✓ способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая тестовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8) частично.

Перечень образовательных технологий: лекции, лабораторные занятия, интерактивные занятия, самостоятельная работа, консультации.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

4 зачетные единицы, 144 часа, из них:

аудиторные занятия 72 часа, (в том числе «75%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 54 часов;

самостоятельной работы 72 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена во «2» семестре.

Разработала преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Мамаева Д.М.
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Введение в коммуникативные специальности»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.11.1).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель дисциплины: выработка общих представлений о трех смежных профессиях, их общности и различиях, критериях, основном содержании деятельности пиарменов, рекламистов и журналистов, их личностных и профессиональных навыках. Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи: ознакомление студентов с каждым видом коммуникативной деятельности, выработка общего представления о трех профессиях: реклама, связи с общественностью и журналистика; изучение теоретических основ содержания деятельности журналистов, специалистов по связям с общественностью, рекламистов; усвоение критериев взаимосвязи, сходства и отличий трех видов коммуникативной деятельности.

Содержание дисциплины: Параметры социальной значимости информации трех коммуникационных сфер. Журналистика, реклама связи с общественностью: основные параметры отличий, элементы взаимосвязи. Журналистика, реклама, связи с общественностью в структуре массовой коммуникации. Медиарилейшнз как обобщенная технология в деятельности журналиста. Субъект-объектные отношения рекламы, связей с общественностью и журналистики. Журналистская, рекламная и PR-информация. Текст в журналистике, рекламе и связях с общественностью. Структура и инфраструктура рынка журналистики, рекламы и связей с общественностью. Содержание и структура деятельности специалистов в области журналистики, рекламы, PR. Профессиональные стандарты PR-специалиста

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- ✓ умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов, круглый стол, диспут, доклады, case-study.

Общая трудоёмкость освоения дисциплин составляет:

3 зачетные единицы, 108 часов, из них:

аудиторные занятия 54 часа, (в том числе «б1,1%» часов интерактивной форме).

Программа предусмотрена следующими:

лекционных занятий 18 часов;

практических занятий 36 часов;

самостоятельные работы 54 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль успеваемости в форме экзамена в «1» семестре.

Разработала зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Социология массовых коммуникаций»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.11.2).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: дать студентам целостное представление о теоретических принципах и практических способах применения методов социологии массовой коммуникации. Данная отрасль знания направлена на расширение профессионального и культурного горизонта специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Курс дает представление об эмпирических исследованиях, лежащих в плоскости социологии массовой коммуникации, и результатах работ, проведенных российскими и западными специалистами, изучающими элементы и эффекты массовой коммуникации. В практической части курса неизбежен социальный анализ локальных объектов (прежде всего сторон коммуникации), поэтому курс естественно связан с изучением межличностной коммуникации, а также общественного мнения и рекламоведением.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с историей и современным состоянием массовой коммуникации

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- ✓ способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Содержание дисциплины: Социология массовой коммуникации как область социологического знания. Коммуникативные, технологические и функциональные задачи социологии массовой коммуникации (СМК). Массовая коммуникация и межличностная коммуникация. Коммуникатор и массовая аудитория. Информация и массовая информация. Каналы распространения массовой информации. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. СМК и другие каналы распространения информации. Коммуникация как фактор стабильности и развития в социуме. Коммуникативные функции новых социальных институтов. Социальные предпосылки оформления социологии СМК как науки. Характеристики различных способов передачи информации. Аудитория СМК. Социальные изменения и новые потребности. Государство и его взаимоотношения с СМК. СМК как вид бизнеса. Социологические исследования звеньев коммуникативного процесса. Место исследований о коммуникаторе в социологии СМК. Содержание информации и методика его анализа. Оценка содержания информации и продолжительности ее воздействия. Социологические исследования аудитории СМК.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

5 зачетные единицы, 180 часов, из них:

аудиторные занятия 90 часов, (в том числе «40%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 36 часов;

практические занятия 54 часов;

самостоятельной работы 90 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме: зачет в «4» семестре, экзамен «5» семестре.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Лабзина Ю.Е.
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация дисциплины
«Психология массовых коммуникаций»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.11.3).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Психология».

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов знаний закономерностей и механизмов общения, закономерностей влияния средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение людей.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с закономерностями влияния средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение людей. В рамках курса рассматривается специфика и каналы массовой коммуникации, теоретические подходы к ее изучению и методы ее исследования, специфика информирования и убеждения в СМК, влияние МК на формирование образа мира, а также направление влияния СМК в отдельных областях (агрессии и сексуальном поведении, межгрупповых отношениях, массовых и политических процессах).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- ✓ способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часов, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов;

контроль 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «3» семестре.

Разработал старший преподаватель «Психология» Коломиец Е.А.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика массовой информации»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.11.4).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: сопоставить теории массовой информации с современным состоянием процессов ее производства, обработки и распространения. Ориентировать студентов на получение практических навыков применения принципов работы профессиональных коммуникаторов в области журналистики и связей с общественностью, получение актуальных теоретических знаний, методологических подходов и практических навыков в сфере массовой информации, с учетом глобальных и национальных особенностей медиасистем. Курс представляется базовым для изучения широкого спектра теорий и практик массовой информации в XXI веке с акцентом на получение навыков и формирование современных компетенций бакалавра рекламы и связей с общественностью для дальнейшего углубленного изучения и прагматического использования во всех возможных направлениях профессиональной деятельности (контентная, редакционная, управленческая деятельность в печатных СМИ, на радиовещании, телевидении, в интернете, а также в мобильной корпоративной, фото- и инфографической журналистике, рекламе, медиаменеджменте и медиаэкономике).

Содержание дисциплины: раскрыть закономерности публицистического творчества, овладеть современной терминологией в информационной сфере, привить студентам навыки анализа журналистских текстов, обосновать параметры функционирования современной системы массовой информационной деятельности, технические и творческие возможности СМИ, показать естественные связи между формой и содержанием произведения публицистики; ознакомить с практикой работы печатных СМИ, радио, телевидения, Интернет-СМИ, сформировать представления об экономической и технологической организации процесса массово-информационной деятельности; развить навыки в сфере публицистического творчества, ознакомиться с формами актуальной подачи информации – жанрами СМИ; приобрести навыки структурного, содержательного, жанрового и информационно-политического анализа изданий, каналов и программ; овладеть практикой информационно-тематического мониторинга СМИ; посредством лексического и стилистического анализа текстов определять типологический компонент издания, программы, текста; знать основные проблемы массовой коммуникации и современных СМИ, механизмы и закономерности их формирования и развития; изучить основополагающие нормы правового и этического регулирования деятельности в сфере производства, обработки и распространения массовой информации;

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- ✓ способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации. (ПК-6).

Перечень образовательных технологий: лекции, лабораторные занятия, контрольные работы, творческие задания, работа с электронными средствами информации, мастер-классы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

5 зачетных единиц, 180 часов, из них:

аудиторные занятия 72 часа, (в том числе «60%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

лабораторных занятий 54 часов;

самостоятельная работа 72 часа;

контроль 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ, написание рефератов, собеседование, тестирование;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачет в «2» семестре, экзамен в «3» семестре;

Разработала преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Михалицына Т.В.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы теории коммуникации»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.11.5).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель дисциплины: изучение теоретических основ социальной коммуникации, освоение социокоммуникативного категориального аппарата, общих закономерностей, сходств и различий видов, уровней, форм коммуникации, являющихся необходимым условием успешной деятельности современного специалиста, освоение навыков правильного общения и взаимодействия между социальным субъектом, социальными группами, общностями и обществом в целом, понимание возможностей практического приложения социальной коммуникации, ее взаимосвязи с жизненной средой и речевым поведением человека. В основу курса положены современные представления о специфике функционирования коммуникационного процесса, характеристики эффективной коммуникаций, методы взаимодействия с аудиторией.

Содержание дисциплины: Методологические основы теории коммуникации. Основные этапы развития теории коммуникации. Коммуникация как процесс. Модели коммуникации. Типы и функции коммуникации. Фигура коммуникатора. Барьеры коммуникации. Содержание коммуникации; понятие языка коммуникации; семиотика языка: синтактика, семантика, прагматика. Вербальная и невербальная коммуникация. Речевая деятельность, Дискурс. Коммуникация в культурно – историческом и социально - психологическом измерениях. Структура коммуникативного процесса. Средства коммуникации.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов, (в том числе «75%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости: тестирование, опрос, реферат;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «2» семестре.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Маркова М.А.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Имиджелогия»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.11.6).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями о технологиях формирования персонального имиджа и имиджа организации. Кроме того, изучение данного курса нацелено на развитие у студентов способностей самостоятельного анализа имиджа различных корпораций, структур, личностей; неординарного мышления и оценки современных тенденций и перспектив развития имиджелогии.

Содержание дисциплины: Проблема имиджа в современной науке. Имиджелогия как междисциплинарная отрасль знания. Символическая природа имиджа и семиотический подход. Современная концепция имиджа, его свойства и функции. Типология имиджей. Формирование имиджа: основные понятия. Имиджирование и имиджмейкинг: соотношение понятий. Имиджмейкинг как система. Прототип имиджа. Аудитория имиджа. Имиджеформирующая информация. Технологии формирования имиджа. Имидж человека: ведущие типы и элементы Самопознание как основа персонального имиджа. Габитарный имидж личности: технологии создания. Формирование вербального имиджа. Специфика формирования кинетического имиджа. Самопрезентация как метод предъявления имиджа. Сущность и виды, функции и структура корпоративного имиджа. Социально-психологические механизмы формирования корпоративного имиджа.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- ✓ способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1).

Перечень образовательных технологий: лекции; практические занятия; самостоятельная работа студента; консультации.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов, (в том числе «10%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «3» семестре.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Лабзина Ю.Е.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Межкультурные коммуникации в профессиональной сфере»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.11.7).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель дисциплины: ознакомление студентов с историей становления и развития межкультурной коммуникации как академической дисциплины; введение терминов и понятий из смежных областей знания, имеющих предметом своего изучения соответствующие аспекты данной отрасли знания; рассмотрение основ коммуникации применительно к ее различным сферам (межличностная коммуникация, коммуникация в группах и внутри организаций, коммуникация в обществе, межкультурная и массовая коммуникация).

Содержание дисциплины: программу курса вошли такие разделы теории коммуникации, как текстовая деятельность, национально-культурная специфика речевого поведения, вербальные и невербальные средства коммуникации, психофизические основы общения, а также когнитивный, прагматический и лингвистический аспекты коммуникации, особенности деловой культуры и кросс-культурного менеджмента.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

4 зачетные единицы, 144 часа, из них:

аудиторные занятия 72 часа.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

лабораторные занятия 36 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 72 часа.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «6,7» семестрах.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Лабзина Ю.Е.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«**Конфликтология**»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.11.8).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель дисциплины: Теоретически и практически подготовить студентов к решению конкретных задач управления конфликтами в профессиональной деятельности, к оказанию помощи конкретным личностям и в разрешении различных конфликтов на основе использования конструктивных методов и стратегий, разработанных в конфликтологии. Знания о конфликте необходимы для всех видов деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью. Хороший специалист должен не только уметь разрешить возникший конфликт, но и предупредить возникновение новых, применять знания по медиации в урегулировании противоречий, возникающих в процессе взаимодействия людей.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с природой и сущностью конфликтов, коммуникативной, психологической, юридической составляющей конфликта, управление конфликтами, стратегии и методы решения конфликтных ситуаций, роль конфликтов в обществе, история развития западной и отечественной конфликтологии, содержание наиболее эффективных технологий предупреждения, управления или разрешения конфликтов, межличностные, межгрупповые конфликты и конфликты в организации.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- ✓ способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме тестирования, доклада;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета во «2» семестре.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Хмель Н.А.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.11.9).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель дисциплины: сформировать у студентов целостную систему знаний о рекламной и PR-информации, рекламной и PR-коммуникации, комплексное представление об одном из инструментов связей с общественностью PR-тексте и жанровом многообразии рекламных текстов, обеспечить овладение студентами бакалавриата необходимыми навыками профессиональной работы в области рекламы и связей с общественностью при помощи рекламного и PR-текста, как формы коммуникационного обмена информацией.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с изучением рекламных и PR текстов, спецификой их создания и использованием лексико – фразеологических и синтаксических средств языка с учетом стилистической системы современного русского литературного языка и жанрового своеобразия, с критериями их оценивания с точки зрения «достоверности», «добросовестности», «этичности», функции рекламных и PR текстов, специфика рекламного текста, слоган и текст в рекламе, рекламно-информационная политика формирования позитивного образа базисного субъекта PR.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- ✓ способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лабораторные занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

4 зачетные единицы, 144 часа, из них:

аудиторные занятия 72 часа;

Программой дисциплины предусмотрены:

лабораторные занятия 72 часа;

самостоятельная работа студента 72 часа.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме практикумов, контрольных работ и тестов;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

Промежуточный контроль в форме зачета в «3» семестре; экзамена в «4» семестре.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Пестова Я.Н.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«**Основы интегрированных коммуникаций**»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.12.1).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель дисциплины: дать студентам общетеоретические представления об интегрированных коммуникациях и сформировать стратегическое видение интегрированных коммуникаций в общей системе маркетинга как нового вида деятельности, в основе которой лежит поиск путей наиболее полного удовлетворения потребностей потребителя; сформировать у студентов представление об основных методах изучения социальной среды и воздействия на группы общественности; раскрыть специфические проблемы и способы их решения в области формирования интегрированных коммуникаций.

Содержание дисциплины: представляет собой теоретическую часть блока дисциплин, нацеленных на изучение роли интегрированных коммуникаций в современном бизнесе и в развитии организации в условиях рыночных отношений; основные вопросы теории интегрированных коммуникаций, места интегрированных коммуникаций в маркетинговом процессе и главных действующих элементов процесса доведения интегрированной информации до покупателя.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, мастер-классы, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часов, из них:

аудиторные занятия 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 36 часов;

лабораторные занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме устных опросов, тестов;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «б» семестре.

Разработала зав.кафедрой
Ю.М.

должность

«Реклама и связи с общественностью»

кафедра

Маркина

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Теория и практика связей с общественностью»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.12.2).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: изучение студентами базовых представлений о роли связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития связей с общественностью как профессии, науки и отрасли бизнеса, формирование у студентов представлений о целях, задачах PR-деятельности.

Содержание дисциплины: Связи с общественностью как отрасль знаний. Связи с общественностью как социальный феномен, как социальный институт. Общественность в сфере связей с общественностью. Профессиональные кодексы по связям с общественностью. Профессиональная культура специалиста по СО. Правовые основы регулирования деятельности по СО. Общественное мнение как объект деятельности в связях с общественностью. Целевые и ключевые аудитории в общественности. Подготовка программ в связях с общественностью. Каналы выхода на различные аудитории. Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений с общественностью. Связи с общественностью в кризисных ситуациях. Классификация документов в связях с общественностью. Спичрайтинг. Критерии отбора и оценка эффективности воздействия различных каналов. Исследования в связях с общественностью. Экономика связей с общественностью. Оценка эффективности в связях с общественностью. Результаты PR-деятельности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- ✓ способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- ✓ владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- ✓ обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа студента, творческие задания, мастер-классы, учебная дискуссия, использование интернет-ресурсов, работа с электронными средствами информации, case-study.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

7 зачетных единиц, 252 часа, из них:

аудиторные занятия 126 часов, (в том числе «29%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 72 часов;

лабораторные занятия 36 часа;

самостоятельная работа студента 126 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «2, 3» семестре, экзамена в «4» семестр.

Разработала зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика рекламы»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.12.3).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: изучение основ теории и практики рекламы, получение системных профессиональных знаний о рекламе как исторически развивающейся области социальной практики, тесно взаимосвязанной с другими составляющими коммуникационного процесса, выработка у студентов профессионального взгляда на рекламную деятельность, представления о ее целостности, и тенденциях развития. Знания основ теории и практики рекламы помогут студентам составить целостное представление о механизме, структуре и формах взаимосвязи глобальных коммуникационных процессов современности, и роли рекламной коммуникации в информационном обществе.

Содержание дисциплины: История развития рекламы. Роль рекламы в системе маркетинга и маркетинговых коммуникаций. Реклама на каждом этапе жизненного цикла товара. Правовые основы рекламной деятельности. Контроль и этика в рекламе. Уникальное торговое предложение. Теория позиционирования. Классификация средств распространения рекламы. Инфраструктура современного рынка рекламных услуг. Эффективность рекламы. Специфика политической, коммерческой и социальной рекламы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- ✓ способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- ✓ обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, лабораторные занятия, мастер-классы, семинары, самостоятельная работа студентов подразумевает различные виды и формы: работа с конспектами лекций, чтение и конспектирование специальной литературы, изучение оригинальных работ теоретиков и практиков рекламы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

8 зачетных единиц, 288 часа из них:

аудиторные занятия 144 часа, (в том числе «65,2%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 36 часов;

практические занятия 54 часа;

лабораторные занятия 36 часов;

самостоятельная работа студента 144 часа; КСР 18 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме тестирования, опроса;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета, экзамена. Зачет в «2, 3» семестре, экзамен в «4» семестре.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Пестова Я.Н. _____
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Технологии рекламы и связей с общественностью»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.12.4).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: является приобретение студентами базовых теоретических знаний и практических навыков в области технологий рекламы и связей с общественностью; выработка профессионального понимания роли данного процесса в организации рекламной и PR деятельности, получение и закрепление студентами знаний о ключевых принципах и базовых методах разработки и реализации технологий по связям с общественностью и рекламы, а также внедрение в профессиональную практику собственных программ и проектов.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с системным описанием рекламных и PR-технологий, их классификация, основные инструменты: антикризисные, финансовые, политические, информационные, социальные, бизнес PR-технологии, рекламные и PR-технологии в сети интернет, Social Media в PR-деятельности организации, анализируются и изучаются основные факторы, определяющие направления развития технологий, ведения PR-деятельности в условиях научно-технического прогресса, рекламные и PR-технологии в отрасли. PR-проектирование, модульные технологии в реализации PR-проектов. Решаются «проектные ситуации» и моделируются PR-ситуации с целью проверки умений и готовности предлагать адекватные рекламные и PR-технологии.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- ✓ владение навыками подготовки проектной документации (техничко-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес - план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- ✓ способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- ✓ способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Перечень образовательных технологий: лекции, видео-лекции, мастер-классы, практические занятия, семинары, творческие работы, case-study, ролевые игры, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

6 зачетных единиц, 216 часов, из них:

аудиторные занятия 108 часов, (в том числе «34%» в интерактивной форме)

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 36 часов;

практические занятия 18 часов;

лабораторные занятия 54 часа;

самостоятельная работа студента 108 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме тестирования, опроса, лабораторной работы;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета, экзамена: зачет в «5» семестре, экзамен в «6» семестре.

Разработала зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М. _____
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация дисциплины
«**Основы менеджмента**»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.13.1).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: является обеспечение профессиональной готовности у студентов к выполнению функций менеджера. обучить студентов основам теории, методам, технологии и практическим навыкам менеджмента.

Содержание дисциплины: основные теоретические положения и принципы современного менеджмента, основные школы менеджмента, современные концепции менеджмента и их влияние в рекламе и PR, внешняя и внутренняя среда предприятия (организации), основы корпоративной культуры, менеджмент в глобальной рекламе и способы выхода на международный рынок, основы этики менеджмента в рекламе и PR, особенности менеджмента на малых предприятиях, постановка целей и планирование в организации, формулировка и внедрение рекламной стратегии, принятие управленческих решений в области рекламы и PR, основы организации и достижение стратегических целей, управление человеческими ресурсами, основы лидерства, мотивации и коммуникации, командные принципы работы, системы управленческого контроля.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- ✓ владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес - план , креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4).

Перечень образовательных технологий: лекции; семинары, письменные или устные домашние задания; аналитические задания; обсуждение подготовленных студентами эссе; диспуты, круглые столы; консультации преподавателей; самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль зачет в «3» семестре.

Разработала профессор «Реклама и связи с общественностью» Понарина С.П.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.13.2).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: Описание и анализ процессов структурирования деятельности подразделения по рекламе и связям с общественностью в современной организации; формирование у студентов знаний: об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирм и организаций; оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; об организации и проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с современными принципами организации работы отдела рекламы и связям с общественностью в госструктуре, в некоммерческой общественной организации; функции и задачи отдела рекламы и СО в структуре организации, аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ работы, бюджет подразделения; специфика взаимодействия отдела с другими подразделениями организации, основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом, технологии управления персоналом отдела рекламы и связям с общественностью, оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, формирование эффективных внутренних коммуникаций, создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации; работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- ✓ умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- ✓ умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия. (ОПК-5).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, круглые столы; консультации преподавателей; самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

8 зачетных единиц, 288 часов, из них:

аудиторные занятия 144 часа, (в том числе «37,5%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 36 часов;

лабораторные занятия 36 часа;

практические занятия 72 часов;

самостоятельная работа студента 144 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме практикумов, тестов;

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы маркетинга»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.14.1).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: показать роль маркетинга в процессе управления деятельностью организации, изучение основного инструментария маркетинга, получение и анализ маркетинговой информации для принятия управленческих решений, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных изучением комплексной деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды, сущность и принципы маркетинга; получение навыков в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга, изучение элементов комплекса маркетинга, в т. ч. интегрированных маркетинговых коммуникаций и управление ими, значение маркетинга в деятельности организаций; основные концепции маркетинга, их эволюция; классификация маркетинговой информации; особенности сбытовой и товарной политики предприятия; модель покупательского поведения и этапы процесса принятия решения о покупке; виды маркетинга и виды спроса, маркетинговые исследования.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности обладать пониманием основ менеджмента и маркетинга (ОК-3);
- ✓ способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9).

Перечень образовательных технологий: лекции; практические занятия; самостоятельная работа студента, консультации.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетные единицы. 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «3» семестре.

Разработала зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
**«Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с
общественностью»**

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.14.2).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов знаний и навыков проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа в сфере рекламы и связей с общественностью.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с основами маркетинговых исследований и ситуационного анализа; роль и место маркетинговых исследований и ситуационного анализа в рекламе и связях с общественностью; концепция проведения маркетингового исследования и ситуационного анализа, методы идентификации проблем, сбора, обработки, анализа информации о потребителях, клиентах, конкурентах, рынке, рекламе; приемы исследования внешней и внутренней среды предприятия; методы прогнозирования спроса и рынка; методы и процедуры проведения комплексных маркетинговых исследований и ситуационного анализа в рекламе.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- ✓ владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес - план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- ✓ способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- ✓ способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

4 зачетные единицы, 144 часа, из них:

аудиторные занятия 54 часа, (в том числе «25%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа студента 72 часов; КСР 18 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «4» семестре.

Разработали зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М. _____
должность кафедра Ф.И.О. подпись

ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Пестова Я.Н. _____
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы брендинга»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.14.3).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Целью освоения дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области теоретических и практических основ бренд-менеджмента, анализа процессов формирования и развития брендов, освоения практических навыков формирования и реализации брендинговой стратегии товаров, услуг, партий и отдельных личностей.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с сущностью брендинга, его структура и значение; анализ индивидуальности бренда; теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда; планирование и модели разработки концепции нового бренда, основные принципы и технологии брендинга и брендбилдинга, основные этапы разработки бренда, сегментирование и позиционирование бренда, управление брендовым портфелем, коммуникационная кампания бренда, интернет-брендинг, капитализация бренд и проблемы защиты бренда.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- ✓ обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- ✓ способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, мастер-классы, презентации, круглые столы, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы, 144 часа. из них:

аудиторные занятия 72 часа.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 36 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа студента 72 часа.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, защиты проекта;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «7» семестре.

Разработала зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины «Медиапланирование»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.14.4).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: изучение принципов и алгоритмов медиапланирования как одной из составляющих процесса планирования рекламных и PR-кампаний, рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию, их характеристики в качестве средств рекламы.

Содержание дисциплины: изучение особенностей рекламы в СМИ; приобретение знаний об особенностях медиаисследований в СМИ; обучение студентов применению аналитических инструментов медиаисследований; овладение основными показателями носителей рекламы и их оценки с тем, чтобы использовать эту оценку для принятия решения о размещении рекламы; получение знаний об этапах медиапланирования, о принципах и правилах составления медиаплана; приобретение навыков работы с прикладными профессиональными программами по медиапланированию.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- ✓ умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4).

Перечень образовательных технологий: лекции; семинары, письменные или устные домашние задания; аналитические задания; круглые столы; консультации преподавателей; самостоятельная работа студентов

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетных единиц, 72 часа, из них
аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;
практические занятия 18 часов;
самостоятельная работа студента 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме опросов, тестов;
рубежный контроль в форме комплексной оценки;
промежуточный контроль в форме зачета в «б» семестре.

Разработала преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Михалицына Т.В.
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Безопасность жизнедеятельности»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.15).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой теории и методики физической культуры и БЖ

Цель дисциплины: формирование профессиональной культуры безопасности жизнедеятельности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной и любой другой деятельности,

характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с изучением современного состояния и негативных факторов среды обитания; принципов обеспечения безопасности взаимодействия человека со средой обитания; правовых, нормативно-технических и организационных основ безопасности жизнедеятельности; последствий воздействия на человека,

травмирующих, вредных и поражающих факторов, принципов их идентификации, средств и методов защиты; требований пожарной безопасности; методов защиты населения в чрезвычайных ситуациях, правил оказания первой доврачебной помощи.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часов, из них:

аудиторные занятия 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа студента 18 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «1» семестре.

Разработал профессор «Теория и методика физической культуры и БЖ» Васильев В.Д. _____
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Физическая культура»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.16).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Физического воспитания и спорта».

Цель дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей

профессиональной деятельности, способности целенаправленного использования разнообразных средств и методов физической культуры, спорта и туризма (включающих и многочисленные внутренировочные), факторы для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки к будущей деятельности (профессиональной, социальной и т.д.).

Содержание дисциплины: включает в качестве обязательного минимума дидактические единицы, интегрирующие тематику теоретического, практического и контрольного учебного материала.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать методы и средств физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

Перечень образовательных технологий: практические занятия.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 72 часа.

Программой дисциплины предусмотрены:
практические занятия 72 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме физических нормативов контрольные задания, рефераты;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль зачет в «1,5» семестре.

Разработал стар. преп. «Физического воспитания и спорта» Симонов А.П.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Актуальные проблемы и история международных отношений и внешней политики стран АТР»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.17).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: формирование систематизированных знаний об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса международных отношений в контексте изучения истории.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с первыми колониальными захватами на Тихом океане; выхода Русского государства к Тихому океану; русско-китайских отношений в XVII-XIX вв; русско-японскими отношениями в XIX в; адмирал Путягин – русский дипломат; политика России в Корее в XIX – начале XX вв; русско-японская война 1904-1905 гг.; военные действия на Дальнем Востоке в период первой мировой войны; военная интервенция в Сибири и на Дальнем Востоке; внешняя политика Японии в 20-30-е гг.; военные операции японской армии в 1941-1942 г; крупнейшие сражения периода войны на Тихом океане; Сан-францисская конференция; Японо-американский договор безопасности; война в Корее; вьетнамская война, военно-политические блоки на Тихом океане; советско-японские отношения после второй мировой войны; советско-китайские отношения после второй мировой войны; внешнеполитический курс США в бассейне Тихого океана в 70-80-е гг.; геополитическая ситуация в АТР после распада Советского Союза; становление азиатско-тихоокеанской политики России.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК -2);
- ✓ способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часов, из них:
аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;
практические занятия 18 часов;
самостоятельная работа студента 36 часов;
контроль 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;
рубежный контроль в форме комплексной оценки;
промежуточный контроль в форме экзамена в «1» семестре.

Разработала профессор «Реклама и связи с общественностью» Пикалов Ю.В.
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Иностранный язык (китайский)»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.18).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: ознакомить студентов с фонологической системой и с иероглифическим строем китайского языка, привить основные навыки произношения и письма, выработать у студентов умения чтения, понимания, письма, первичных навыков пересказа, развить у студентов общие и коммуникативные компетенции (лингвистическую, социокультурную и прагматическую) применительно ко всем видам коммуникативной деятельности в различных сферах речевой коммуникации

Взаимосвязь с другими частями ООП

Содержание дисциплины: лабораторные занятия по вводу курсу фонетики и иероглифики. Основные правила каллиграфии. Композиции иероглифов. Фонетика. Ключевая система. 2. Основной курс. Лабораторные занятия по изучению грамматического и лексического строя современного китайского языка.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

Перечень образовательных технологий: при обучении дисциплине используются следующие образовательные технологии: технология коммуникативного обучения, технология разноуровневого (дифференцированного) обучения, технология модульного обучения, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), технология использования компьютерных программ, интернет-технологии, технология индивидуализации обучения, технология тестирования

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

12 зачетных единиц, 432 часа, из них:

аудиторные занятия 216 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лабораторные занятия 216 часов;

самостоятельная работа 216 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме тестирования, опросов;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «5» семестре, экзамен в «6, 7» семестрах.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Маркова М.А.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация дисциплины
«Стилистика и литературное редактирование»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.19).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Русский язык и издательское дело»

Цель дисциплины: обучение нормативному использованию языковых средств, принадлежащих к разным функциональным стилям, языковым стандартам, стилистическим нормам и их речевой реализации, различным методам редактирования и правки языковых и речевых ошибок.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с изучением стилистической системы современного русского литературного языка, различными функциональными стилями и жанрами, языковыми и стилистическими нормами, проблемами классификации и правки стилистических и лингвистических ошибок.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- ✓ обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часов, из них:

аудиторные занятия 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 36 часов,

самостоятельная работа студента 54 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «2» семестре.

Разработала доцент «Русский язык и издательское дело» Приходько В.К.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Правовое регулирование связей с общественностью»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.20).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: понимание правовых основ профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью, получение студентом всех знаний и навыков для осуществления правовых аспектов профессиональной деятельности, развитие представлений о системе правового обеспечения деятельности в связях с общественностью, роли правовой базы в коммуникативных институтах, изучение современных спорных проблем правового обеспечения международного и национального правовых институтов в сфере информации.

Содержание дисциплины: курс строится на основе комплексного подхода и включает в себя изучение основных категорий информационного права; источников нормативно-правового регулирования деятельности PR служб; вопросов соотношения закона и морали в профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью. Помимо этого рассматриваются правовые основы взаимодействия PR-служб со СМИ, общественными организациями, сопровождения избирательных кампаний, использования интеллектуальной собственности при установлении связей с общественностью, различные аспекты защиты информации.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- ✓ владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины:

3 зачетные единицы, 108 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов;

контроль часов 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «5» семестре.

Разработала преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Краснопеева Т.А

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
**«Основы предпринимательской деятельности в рекламе и связях с
общественностью»**

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.21).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель данной дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний об общих принципах и методах организации предпринимательской деятельности; организации бизнес-процессов в предпринимательской деятельности; способах организации и особенностях малого бизнеса; практических навыков по выбору рациональных организационно-правовых форм малого предпринимательства, планированию и организации деятельности, достижению оптимальных решений с целью получения максимального дохода при организации малого бизнеса.

Содержание дисциплины: История возникновения и сущность предпринимательства. Развитие теории предпринимательства. История развития российского предпринимательства. Способы классификации предпринимательской деятельности. Типология предпринимательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью Производительная предпринимательская деятельность. Посредническая предпринимательская деятельность. Консультативное предпринимательство. Предпринимательская активность. Условия и процессы осуществления предпринимательской деятельности. Предпринимательский эффект от реализации идеи. Принятие предпринимательского решения. Культура предпринимательства. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Маркетинг и менеджмент в деятельности предпринимателя. Форма и содержание бизнес-плана.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- ✓ владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- ✓ владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес - план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4).

Перечень образовательных технологий: лекции, лабораторные занятия, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «3» семестре.

Разработала зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Иностранный язык профессиональной коммуникации»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.22).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель данной дисциплины: заключается в развитии у студентов, обучающихся английскому языку в рамках направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью», всех компонентов общей и языковой компетенции, применительно ко всем видам коммуникативной деятельности (лингвистической, социокультурной, прагматической) и в профессиональной речевой коммуникации; повышение уровня профессиональной компетенции практического овладения иностранным языком с целью последующей реализации таких аспектов будущей профессиональной деятельности как своевременное ознакомление с инновационными технологиями, установление контактов с зарубежными специалистами и обмен мнениями, а также для осуществления профессиональной деятельности в иноязычной среде.

Содержание дисциплины: данная дисциплина предполагает изучение и усвоение современной терминологии в области связей с общественностью, рекламы, журналистики, межкультурной коммуникации и др., позволяющее студентам общаться с иностранными партнерами по ключевым аспектам теории и практики указанного профессионального поля. Методика преподавания дисциплины предполагает системный подход к изучению английского языка на основе моделирования ситуаций из сферы профессиональных коммуникаций. В учебной дисциплине уделяется большое внимание развитию навыков фиксирования устной и письменной информации, написания деловых документов, эссе и др.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- ✓ владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- ✓ обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

Перечень образовательных технологий: лекции, лабораторные занятия, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

7 зачетных единиц, 252 часа, из них:

аудиторные занятия 126 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лабораторные занятия 126 часов;

самостоятельная работа 126 часов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «4» семестре, экзамена в «5» семестре.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Лабзина Ю.Е. _____

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Русский язык и культура речи»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, обязательные дисциплины (Б1.В.ОД.1).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Русский язык и издательское дело».

Целями освоения дисциплины: являются совершенствование языковой личности и повышение уровня коммуникативной компетентности, а также речевой и языковой, что предполагает развитие общей культуры речевого общения, формирование умения пользоваться языком в различных коммуникативных ситуациях и сферах функционирования языка.

Содержание дисциплины: дисциплина охватывает круг вопросов, связанных коммуникативной культурой личности и культуры речи, коммуникативных качеств речи, нормами современного русского литературного языка, способами формирования речевой компетентности в различных видах речевой деятельности. Курс призван ознакомить студентов с языковыми средствами языка и принципами их употребления в избранной профессиональной деятельности, расширить знания о речевых нормах современного русского литературного языка (орфоэпических, грамматических, лексических, стилистических, орфографических и пунктуационных), о функциональных стилях и сферах их использования в рамках профессиональной компетенции. С другой стороны, курс поможет свободно ориентироваться в различных речевых ситуациях и овладеть практическими приемами создания и оформления текстов различных стилей и жанров, способностями воздействия на аудиторию, участия в диалогических и полилогических ситуациях общения.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

Перечень образовательных технологий: практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часов, из них:
аудиторные занятия 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрены:

практические занятия 54 часа;
самостоятельная работа студента 54 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;
рубежный контроль в форме комплексной оценки;
промежуточный контроль в форме экзамен в «1» семестре.

Разработала доцент «Русский язык и издательское дело»
должность кафедра

Князева Н.В.
Ф.И.О.

подпись

Аннотация дисциплины
«Имидж государства и региона»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, обязательные дисциплины, дисциплины профилизации (Б1.В.ОД.2.1).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: дать целостное представление о теории и практике исследований имиджа государства и региона, путей его формирования и эффективности практического применения в профессиональной деятельности. В результате изучения дисциплины студент должен знать теоретические и методологические аспекты управления имиджем государства и региона; иметь четкое понятие территориального имиджа, способы формирования и поддержания имиджа государства и региона.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с методологическими подходами к формированию и оценке имиджа государства и региона (территориальный имидж), основные характеристики и структурные элементы, стратегические компонентами территориального имиджа, социальный имидж, инвестиционный имидж, туристический имидж, политический имидж, потребительский имидж, этнополитический имидж России в структуре внешнего имиджа государства, основные подходы к определению культурной составляющей внешнего и внутреннего имиджа государства и региона.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- ✓ способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- ✓ способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Перечень образовательных технологий: лекции (лекция-дискуссия, лекция-конференция, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция, консультации), диспуты, круглые столы, дискуссии, презентации, разбор кейсов, практические занятия, семинары, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

4 зачетные единицы, 144 часа, из них:

аудиторные занятия 72 часа, (в том числе «75 %» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 36 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа студента 72 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме опроса, контрольной работы, докладов, защиты проектов по территориальному имиджу;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамен в «б» семестре.

Разработала профессор «Реклама и связи с общественностью» Понарина С.П.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация дисциплины
«Консалтинг: политическое консультирование»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, обязательные дисциплины, дисциплины профилизации (Б1.В.ОД.2.2).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: является привитие студентам знаний, умений и навыков в сфере политических консультационных услуг. Научить замерять общественное мнение, определять ресурсы политических лидеров, партий, политических течений и движений, владеть методикой создания и поддержания имиджа политического лидера, партии и других политических структур, формирования умений принимать управленческие решения в политической сфере, планировать политическую деятельность, включая избирательные кампании, политическое общение, поддержание политических связей и отношений.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с изучением эволюции взглядов на консультирование, определением места и роли политического консалтинга в системе консультационных услуг, освоением системы знаний по созданию имиджа публичного политика, политической структуры и приобретение навыков в формировании такого умения у других, принятием управленческих решений в политической сфере; диагностированием политической ситуацию и устранением или смягчением политических конфликтов, мониторинг социально-политических процессов; планирование и проведение избирательных кампаний и целевых политических PR- акций, определением места политического консалтинга в общей системе общественных связей и различных видах информационно-коммуникационного процесса.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- ✓ способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов, письменные или устные домашние задания; аналитические задания; обсуждение подготовленных студентами эссе; диспуты, круглые столы.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов, (в том числе «50%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачет в «7» семестре.

Разработал профессор «Реклама и связи с общественностью» Пикалов Ю.В.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация дисциплины
«Технологии рекламы и связей с общественностью в общественных и государственных структурах»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, обязательные дисциплины, дисциплины профилизации (Б1.В.ОД.2.3).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: дать целостное представление о рекламных и PR-технологиях в общественных и государственных структурах, их эффективности и практического применения в профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины: содействовать студентам, изучающим курс «Технологии рекламы и связей с общественностью в общественных и государственных структурах», в освоении этой дисциплины, как в теоретическом, так и в практическом аспектах; Обучить основным рекламным и PR – технологиям, их специфике в общественных и государственных структурах; обучить определять и описывать характеристики основных элементов государственного PR как системы; Освоить ряд актуальных рекламных и PR-технологий по формированию имиджа территории, органов власти; инструменты и технологии создания и продвижения PR-проектов, обеспечивающих эффективность взаимодействия государства и общества.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- ✓ обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- ✓ способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- ✓ способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

Перечень образовательных технологий: лекции (лекция-дискуссия, лекция-конференция, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция, консультации), диспуты, круглые столы, дискуссии, презентации, разбор кейсов, практические занятия, семинары, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

7 зачетных единиц, 252 часа, из них:

аудиторные занятия 126 часов, (в том числе «14,3%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 36 часов;

лабораторные занятия 54 часа;

самостоятельная работа студента 126 часов;

контроль часов 18 часов; КСР 18 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «б» семестре.

Разработала профессор «Реклама и связи с общественностью» Понарина С.П. _____
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Планирование и организация коммуникационных кампаний»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, обязательные дисциплины, дисциплины профилизации (Б1.В.ОД.2.5).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: обучить студентов организации комплексных коммуникационных мероприятий в области связей с общественностью.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с общими положениями коммуникационных кампаний, этапами планирования и проведения коммуникационных кампаний, маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях, антикризисные кампании, организация и проведение мотивационных кампаний, организация и проведение политических кампаний.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- ✓ умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- ✓ умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- ✓ способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- ✓ способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

Перечень образовательных технологий: лекции; практические занятия; самостоятельная работа студента, письменные или устные домашние задания; аналитические задания; диспуты, круглые столы; консультации преподавателей.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы, 144 часа, из них:

аудиторные занятия 72 часа, (в том числе «37,5%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 36 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа студента 72 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме тестирования, защиты проектов, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «7» семестре.

Разработала зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М.
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация рабочей программы по дисциплине
«Социальные медиа» (курс на английском языке)

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, обязательные дисциплины, дисциплины профилизации (Б1.В.ОД.2.5).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: являются формирование знаний принципов функционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в международной сфере.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с таким социальным феноменом как интернет-коммуникации, социальные медиа как носители «реальной виртуальности», значимость социальных медиа для реализации информационных услуг, характеристики различных видов социальных медиа в исследуемых странах, возможности социальных медиа в формировании имиджа базисного субъекта PR.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- ✓ способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Перечень образовательных технологий: лекции (лекция-дискуссия, лекция-конференция, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция-консультация), дискуссии, презентации, разбор кейсов, практические занятия, семинары, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часов, из них:

аудиторные занятия 54 часа, (в том числе «67%» в интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме опросов, докладов, защиты проектов;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «8» семестре.

Разработала зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Креативные технологии в PR и рекламе»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, обязательные дисциплины, дисциплины профиля (Б1.В.ОД.2.6).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: является изучение сущности творческого замысла рекламы и PR, комплекса алгоритмов для её профессионального проектирования.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с основами креативной деятельности, креативными техниками, методологией креативного мышления в рекламе и связях с общественностью». Выбранный способ подачи материала соответствует логике презентации технологии творческого проектирования в рекламе и связях с общественностью: от общих определений и принципов к классификации основных составляющих рекламной идеи, и далее, к конкретным методикам разработки. Самостоятельная работа студентов при изучении данного курса направлена на закрепление и расширение материала лекционных, практических и лабораторных занятий в целях углубленного изучения тем рабочей программы и лучшего закрепления материала. Самостоятельная работа студентов подразумевает различные виды и формы: работа с конспектами лекций, чтение и конспектирование специальной литературы, изучение оригинальных работ теоретиков рекламы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- ✓ владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4).

Перечень образовательных технологий: лекции; практические занятия; самостоятельная работа студента; консультации.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

3 зачетных единиц, 108 часов; из них:

аудиторные занятия 54 часов, (в том числе «66,6%» часов интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционных занятий 18 часов;

практических занятий 36 часов;

самостоятельных занятий 54 часа.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме практикумов и тестов, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачет в «8» семестре.

Разработала ст. преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Пестова Я.Н.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Дизайн визуальных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, обязательные дисциплины, дисциплины профилизации (Б1.В.ОД.2.7).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель дисциплины: сформировать у студента представления о дизайне, композиции, единстве стиля, а так же научить основам производственного мастерства полиграфической рекламной продукции.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов связанных со спецификой создания макетов в графических программах с использованием основных принципов и терминов дизайна, таких как виды композиции, цветовые схемы, фирменный стиль и его компоненты, а также виды и подготовка к печати и постпечатной обработки.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- ✓ способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая тестовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

Перечень образовательных технологий: лабораторные занятия, самостоятельная работа студентов, консультации преподавателей.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часов, из них:

аудиторные занятия 54 часа.

Преподавание дисциплины предусматривает:

лабораторные занятия 54 часа;

самостоятельная работа 54 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамен в «4» семестре.

Разработала преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Мамаева Д.М.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Элективные курсы по физической культуре».

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: базовая часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата (Б1.Б.16).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Физической культуры и спорта»

Цель дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности, способности целенаправленного использования разнообразных средств и методов физической культуры, спорта и туризма (включающих и многочисленные внутренировочные (факторы) для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки к будущей деятельности (профессиональной, социальной и т.д.).

Содержание дисциплины: включает в качестве обязательного минимума дидактические единицы, интегрирующие тематику теоретического, практического и контрольного учебного материала.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать методы и средств физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

Перечень образовательных технологий: практические занятия.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

328 часа, из них:

аудиторные занятия 328 часа.

Программой дисциплины предусмотрены:

164 практических;

164 самостоятельных.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме физических нормативов;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль зачет в «5 «семестре».

Разработала доцент «Физического воспитания спорта» Приходько Н.К.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Взаимодействие государства и гражданского общества»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.1).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Целями освоения дисциплины: являются овладение знаниями и умениями, формирующими компетенции в области теории и практики формирования государства и гражданского общества; анализа механизмов взаимодействия государства и гражданского общества; различий в формировании гражданского общества в западных странах и России; перспектив развития гражданского общества в РФ.

Содержание дисциплины: История возникновения государства; функции и признаки государства; типы государств и их устройство; концепции возникновения гражданского общества; функции и признаки гражданского общества; условия формирования гражданского общества; структура и типы гражданского общества; роль глобализации в развитии гражданского общества; механизмы взаимодействия государства и гражданского общества; особенности развития российского государства; роль государства в жизни российского общества; Российское государство и бизнес; история развития элементов гражданского общества в России; признаки гражданского общества в России; специфика формирования гражданского общества в России; особенности российского менталитета; отношение российского общества к институтам гражданского общества; противоречия в развитии гражданского общества в России; оценки западных политологов перспектив гражданского общества в России; соотношение роли государства и гражданского общества в России; современное состояние гражданского общества России; перспективы развития российского гражданского общества; особенности взаимодействия российского государства с гражданским обществом.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)
- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетные единицы 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ, реферата;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «3» семестре.

Разработала профессор «Реклама и связи с общественностью» Пикалов Ю.В.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Современные аспекты региональной политики»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.1).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Целями освоения дисциплины: являются: ознакомление студентов с теоретическими знаниями в области региональной политики, с принципами и основными концепциями, а также с практической стороной проблематики управления развитием регионов.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с изучением современных проблем и перспектив региональной экономической, социальной, национально-культурной и экологической политики; изучением политических режимов и избирательных систем в России; рассмотрением российского Дальнего Востока как объекта региональной политики государства; анализом зарубежного опыта в сфере использования механизмов и инструментов региональной политики; освоением законодательной и нормативно-правовой базы современной региональной политики; овладение необходимым статистическим материалом; формированием навыков анализа и прогнозирования региональных процессов.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

Перечень образовательных технологий: лекции, семинары, самостоятельные работы, консультации

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «3» семестр.

Разработала профессор «Реклама и связи с общественностью» Пикалов Ю.В.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Логические основы аргументации»

По направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.2).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Философия и социально-гуманитарные дисциплины»

Цели освоения дисциплины: формирование основ логической культуры как системы навыков мышления и аргументации; овладение приёмами ведения дискуссии, полемики, диалога; получение навыков логично формулировать и аргументировано отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения; развитие коммуникативной и аналитической компетентностей, гибкости мышления; получение теоретических знаний основных положений формальной логики; развитие навыков и умений применения законов и форм, приемов и операций мышления на практике.

Содержание дисциплины: «Логические основы аргументации» раскрывают логические основания аргументативного дискурса, акцентируя внимание на практике обоснования утверждений в беседе, дискуссии, полемике. В курсе даётся понятие технологии аргументации и нарабатываются определённые навыки стратегии и тактики аргументации.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- ✓ способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 час;

практические занятия 18 часа;

самостоятельная работа студента 36 час.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования;

рубежный контроль в форме контрольных работ;

промежуточный контроль в форме зачета в «2» семестре.

Разработала доцент «Философия и социально-гуманитарные дисциплины» Турчская Б.К.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Риторический практикум»

По направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.2).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Философия и социально-гуманитарные дисциплины»

Цели дисциплины: формирование коммуникативной компетентности студентов бакалавриата в деятельности рекламы и связей с общественностью и овладение ими необходимыми навыками профессиональной работы, а также спецификой общения и знаний особенностей коммуникативно-речевых ситуаций, характерных для профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины: Дисциплина охватывает круг вопросов, связанных формированием речевой компетентности бакалавра рекламы и связей с общественностью, с историей возникновения риторики, риторическими канонами построения создания речи и особенностями политического дискурса.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- ✓ способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:
аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 час;
практические занятия 18 часа;
самостоятельная работа студента 36 час.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме практикумов, контрольных работ и тестов;
рубежный контроль в форме комплексной оценки;
промежуточный контроль в форме зачета во «2» семестре.

Разработала доцент «Философия и социально-гуманитарные дисциплины» Турчская Б.К.
должность кафедра Ф.И.О. подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Миграционные процессы в России и СНГ»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.3).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: формирование систематизированных знаний об основных закономерностях и особенностях миграционных процессов в контексте изучения современного общественного развития России и стран СНГ.

Содержание дисциплины: общие сведения о миграционных процессах. Понятие миграции. Виды миграции: безвозвратная, сезонная, временная, маятниковая, региональная, приграничная, добровольная, законная, нелегальная, высылка, депортация, переселение. Иммиграция. Эмиграция, Урбанизация. Основные функции миграции. Три стадии миграционного процесса. Миграции, вызванные политическими, экономическими причинами. Тенденции развития, направления общемировой миграции. Положительные и отрицательные последствия миграции.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- ✓ способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, контрольных работ, тестирования;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачет в «7» семестре.

Разработал профессор «Реклама и связи с общественностью» Пикалов Ю.В.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Социально-политические проекты XXI века»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.3).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: получения прочных знаний и представлений о современной региональной политике РФ в сфере экономического и внутривластного развития субъектов, и роли рекламы и связей с общественностью формирования и реализации этой политики.

Содержание дисциплины: является неотъемлемой и способностью овладеть понятийно-категориальным аппаратом, используемым при анализе и разработке социальной политики за рубежом и в России; изучение типологии социальной политики, характеристик и деятельности основных субъектов социальной политики, оказывающих влияние на социальное развитие общества; исследование социальной структуры российского общества с точки зрения демографического аспекта; изучение сущности и концепций социального государства, а также понятия социального партнерства; проведение анализа социальной политики в отдельных отраслях социальной сферы и в отношении отдельных категорий населения; исследование роли социальной политики в политической системе России, перспектив развития и приоритетов; научить студентов применять социально-политические знания в практике; помочь студентам разобраться в широком спектре существующих концепций и направлений теоретико-методологических исследований социальной политики как феномена общественной жизни.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- ✓ способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, контрольных работ;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачет в «7» семестре.

Разработал профессор «Реклама и связи с общественностью» Пикалов Ю.В.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Коммуникационный менеджмент»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.4).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: подготовить обучающихся к эффективному управлению потоками информационного взаимодействия людей, их групп, общественных и политических формирований, реализации коммуникационной стратегии.

Содержание дисциплины: концептуальные основы коммуникационного менеджмента, особенности коммуникационного менеджмента в работе с персоналом, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезосреде фирмы - сферы деятельности коммуникационного менеджмента, коммуникационный менеджмент в современном пространстве, разработка и реализация коммуникационной стратегии организации, а также коммуникационных кампаний и мероприятий, информационное и проектное обеспечение коммуникационного менеджмента. Особое внимание уделяется разработке реализации проектной документации и управлению потоками информационного взаимодействия с различными группами как внутренней, так и внешней общественностью: организациями, органами власти, СМИ.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- ✓ умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- ✓ владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес - план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- ✓ способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические, семинарские занятия, организация самостоятельной работы, консультации; объяснительно-иллюстративные методы обучения; технологии интерактивного обучения мультимедийная лекция, лекция-беседа, круглый стол, диспут, метод проблемного изложения, разработка проектов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы, 144 часа, из них:

аудиторных 72 часов, (в том числе «50%» в интерактивной форме)

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 36 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа студента 72 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме опроса, контрольной работы, докладов, защиты проектов;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «5» семестре.

Разработала профессор «Реклама и связи с общественностью» Понарина С.П.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Проектирование в рекламе и связях с общественностью»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.4).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: является обучение студентов комплексно анализировать проект с технической, экологической, социальной, институциональной, финансовой, коммерческой (микроуровень) и экономической (макроуровень) сторон, изучают основы управления проектами, выработка профессиональных навыков и умений разработки и реализации социальных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с изучением принципов и алгоритмов проектирования как одной из составляющих процесса планирования рекламных и PR-кампаний, проектов, рассмотрение специфики и функций проектирования, проект и его окружение, подготовка проектов, основные методы проектного анализа, экспертная оценка в управлении проектами, роль рекламы и рекламных проектов в общественном развитии, информационно-коммуникационные технологии в управлении проектами в области рекламы и связей с общественностью.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- ✓ способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- ✓ умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- ✓ владение навыками подготовки проектной документации (техничко-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес - план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- ✓ способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- ✓ способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, семинары, консультации, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы, 144 часа, из них:

аудиторные занятия 72 часа, (в том числе «50%» в интерактивной форме)

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 36 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа студента 72 часа.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме тестов, защиты проектов;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «5» семестре.

Разработала зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
**«Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с
общественностью»**

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.5).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель освоения дисциплин: обеспечить овладение студентами необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками использования компьютерных технологий в связях с общественностью.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных сфер (исследования, планирование, оценка эффективности деятельности) использования телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью; работы с текстовой и графической информацией при составлении рабочих документов, презентационных буклетов, корпоративных многотиражных газет на пользовательском уровне с использованием программ обработки текстов и электронных таблиц, компьютерной графики, макетирования и верстки; работы с программами для обработки аудио (звук, речь, музыка) и видеоданных; научить работе с автоматизированными системами хранения и обработки баз данных при проведении статистических и маркетинговых исследований; выработать умение использовать Интернет как источник информации и как средство размещения информации; выработать умение взаимодействовать со специалистами в области разработки гипермедиа ресурсов.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- ✓ способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часа, из них:

аудиторные занятия 54 часа, (в том числе «10%» интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

лабораторные занятия 36 часов;

самостоятельная работа студента 54 часов;

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме практикумов и опроса, тестирования;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачет в «8» семестре.

Разработал преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Хакимов Т.С.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.5).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цель дисциплины: является обучение студентов теоретическим знаниям и практическим навыкам применения инноваций в рекламной и PR деятельности с использованием современного технического обеспечения, новейших компьютерных технологий и нестандартных способов подачи информации.

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с изучением понятий «инновация», «инновационные технологии», современных рекламных технологий: технологий сенсорного брендинга, live placement, нестандартного подхода к традиционным медиа, инновационные технологии в аудиовизуальной, наружной рекламе, интернет рекламе и связях с общественностью, вирусная реклама, контекстная реклама, MVC, SMO, блоггинг.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применение информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- ✓ способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетные единицы, 108 часа, из них:

аудиторные занятия 54 часа, (в том числе «10%» интерактивной форме).

Программой дисциплины предусмотрены:

лекционные занятия 18 часов;

лабораторные занятия 36 часов;

самостоятельная работа студента 54 часов.

Предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме практикумов и опросов, тестирования;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «8» семестре.

Разработал преподаватель «Реклама и связи с общественностью» Хакимов Т.С.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Брендинг территории»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.6).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Целью освоения дисциплины: приобретение студентами базовых теоретических знаний и практических навыков в области брендинга территории, технологий создания, продвижения территориальных брендов, особенностей брендинга территории на российском и международном рынках.

Содержание дисциплины: основные понятия брендинга территорий его сущность и виды территориальных брендов; исторические предпосылки возникновения территориальных брендов, их роль в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов; условия возникновения бренда города; технологии позиционирования города/региона/государства; разработка территориальных брендов, методики оценки эффективности территориального брендинга, организационная основа брендинга: управление брендом, концептуальные основы геокультурного брендинга территории., бренд-менеджмент регионов, оценка эффективности брендинга территории.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- ✓ способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- ✓ способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- ✓ способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные занятия, практические занятия, самостоятельная работа студента, индивидуальные и групповые консультации, изучение конкретных ситуаций case-study, деловые игры.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы, 144 часа, из них:

аудиторные занятия 72 часа, (в том числе 62% в интерактивной форме)

Программой дисциплины предусмотрено:

лекционные занятия 18 часов;

лабораторные занятия 18 часов;

практические занятий 36 часов;

самостоятельная работа студента 72 часа.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, контрольных работ тестирования;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «8» семестре

Разработала зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Организация специальных событий в общественных местах»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.6).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Целью освоения дисциплины является: формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с организацией специальных событий в общественных местах; развитие интереса к области специальных событий, связанной с управлением процессом организации PR-мероприятия, его продвижением в публичном пространстве, а также стимулирование творческого подхода к работе в этой области; формирование знаний и умений пользования современного инструментария организации событий для различных сфер общественной жизни.

Содержание дисциплины: специальные события в общественном месте и их место в деятельности по связям с общественностью. Основные подходы к организации специального события в общественном месте: управленческий, финансовый, информационный и креативный. Классификация специальных событий. Этапы жизненного цикла специального события. Специфика организации специального события в общественном месте. Факторы, определяющие специфику специального события в общественном месте. Правовые нормы организации специального события в общественном месте. Планирование и подготовка специального события в общественном месте. Реализация специального события в общественном месте. Оценка результатов специального события в общественном месте.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- ✓ способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- ✓ способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9).

Перечень образовательных технологий: лекции (лекция-дискуссия, лекция-конференция, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция, консультации), диспуты, круглые столы, дискуссии, презентации, разбор кейсов, практические занятия, семинары, самостоятельная работа студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы, 144 часа, из них:

аудиторные занятия 72 часа.

Программой дисциплины предусмотрено:

лекционные занятия 18 часов;

лабораторные занятия 18 часов;

практические занятия 36 часов;

самостоятельная работа студента 72 часа.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, контрольных работ, тестирования;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме экзамена в «8» семестре

Разработала зав.кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Маркина Ю.М.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление выставочными коммуникациями»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.7).

Дисциплина реализуется: в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Цели освоения дисциплины: изучить технологию работы PR-специалиста по выставочному делу, освоить навыки свободного использования огромного арсенала средств коммуникации, способов и приемов, используемых в выставочно-ярмарочной деятельности. В данном курсе подробно

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с изучением выставочных и ярмарочных коммуникациям, раскрываются функции различных специалистов, (специалистов по связям с общественностью и рекламе, маркетологов, журналистов, менеджеров, логистов, дизайнеров), отвечающих за подготовку и проведение коммуникационных мероприятий: выставок, ярмарок, презентаций, изучение разновидностей выставок и ярмарок, интегрирующих в единую систему все виды маркетинговых коммуникаций, управлению потоками информационного взаимодействия с различными группами, как внутренней, так и внешней общественностью: организациями, органами власти, СМИ.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- ✓ умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).

Перечень образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, групповые, индивидуальные консультации, анализ ситуаций.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

аудиторные занятия 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрено:

лекционные занятия 18 часов;

практические занятия 18 часов;

самостоятельная работа студента 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль в форме опроса, тестирования, защиты проектов;

рубежный контроль в форме комплексной оценки;

промежуточный контроль в форме зачета в «8» семестре.

Разработала профессор «Реклама и связи с общественностью» Понарина С.П.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Современная пресс-служба»

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: вариативная часть блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.7).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Целями освоения дисциплины являются: ознакомление студентов с историей и современным состоянием системы media relations, их спецификой и особенностями функционирования

Содержание дисциплины: охватывает круг вопросов, связанных с изучением теоретических основ деятельности пресс-службы всех видов и типов; систематизацией знаний о СМИ как объекте работы пресс-службы; овладением практическими профессиональными навыками на различных направлениях деятельности пресс-службы; усвоением правил и приемов делового общения с представителями медиа-сообщества, а также форм и методов взаимодействия с ними, правовых и этических основ деятельности пресс-службы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- ✓ умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).

Перечень образовательных технологий: лекции; практические занятия; самостоятельная работа студента, консультации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:
2 зачетные единицы, 72 часа, из них:
аудиторных 36 часов .

Программой дисциплины предусмотрено:
лекционные занятия 18 часов;
практические занятия 18 часов;
самостоятельная работа студента 36 часов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:
текущий контроль в форме опроса, тестирования, защиты проектов;
рубежный контроль в форме комплексной оценки;
промежуточный контроль в форме зачета в «8» семестре.

Разработала стар.преп. «Реклама и связи с общественностью» Пестова Я.Н.

должность

кафедра

Ф.И.О.

подпись

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Учебная практика (по получению первичных профессиональных умений и навыков)».

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: блок 2 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, практики (Б2.У.1).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- ✓ способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- ✓ готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).
- ✓ обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- ✓ умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).
- ✓ способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Учебная практика(по получению первичных профессиональных умений и навыков)».

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: блок 2 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, практики (Б2.У.2).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- ✓ способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- ✓ способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- ✓ обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

- ✓ умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).
- ✓ способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Производственная практика(преддипломная)».

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: блок 2 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, практики (Б2.П.1).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3).
- ✓ способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- ✓ способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации. (ПК-6).
- ✓ способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).
- ✓ способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая тестовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)
- ✓ способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Производственная практика (НИР)».

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: блок 2 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, практики (Б2.П.2).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- ✓ способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- ✓ способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

- ✓ способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- ✓ способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Производственная практика (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)».

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: блок 2 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, практики (Б2.П.3).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- ✓ владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2).
- ✓ умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- ✓ умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).
- ✓ способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- ✓ способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации. (ПК-6).
- ✓ способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая тестовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Производственная практика (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)».

По направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в основной образовательной программе: блок 2 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата, практики (Б2.П.4).

Дисциплина реализуется в институте социально-политических технологий и коммуникаций кафедрой «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ✓ способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- ✓ владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2).
- ✓ умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- ✓ умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).
- ✓ способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- ✓ способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации. (ПК-6).
- ✓ способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая тестовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)