

Нормоконтроль проведен
«25» мая 2017 г.
Специалист УМО/деканата
С.И.И. Прибылов С.Р.

 Г.Е.Жондорова

2017

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины

Б.1.Б.1. Философия

Трудоемкость 4 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: философия является формированием целостной картины мира и восприятие мира в его многообразии, а также восприятия у студентов культуры философского мышления и передача знаний методологического характера. Обучение предполагает оказание помощи в выборе правильных жизненных ориентаций и решении смысловых проблем, развитие у студентов интереса к фундаментальным знаниям, стимулирование потребности к философским оценкам исторических событий и фактов действительности, усвоение идеи единства мирового историко-культурного процесса при одновременном признании многообразия его форм

Краткое содержание дисциплины: предмет философии. Место и роль философии в культуре. Становление философии. Основные направления, школы философии ее исторического развития. Структура философского знания.

Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия. Понятия материального и идеального. Пространство, время. Движение и развитие, диалектика. Детерминизм индетерминизм. Динамические и статистические закономерности. Научные, философские и религиозные картины мира.

Человек, общество, культура. Человек и природа. Общество и его структура. Гражданское общество и государство. Человек в системе социальных связей. Человек и исторический процесс; личность и массы, свобода и необходимость. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития.

Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. Мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести.

Сознание и познание. Сознание, самосознание и личность. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Проблема истины. Действительность, мышление, логика и язык. Научное и вненаучное знание. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника. Будущее человечества. Глобальные проблемы современности. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1)	Знать: а) иметь представление о своеобразии философии, ее месте в культуре, научных, философских и религиозных картинах мироздания, сущности, назначении и смысле жизни человека; б) понимать смысл взаимоотношения духовного и телесного, биологического и социального начал в человеке, отношения человека к природе и современных противоречий существования человека в ней; в) знать условия формирования личности, ее свободы, ответственности за сохранение жизни, природы, культуры;

	понимать роль и ненасилия в истории и человеческом поведении, нравственных обязанностей человека по отношению к другим и самому себе; г) иметь представление о многообразии форм человеческого знания, соотношении истины и заблуждения, знания и веры, рационального и иррационального в человеческой жизнедеятельности, особенностях функционирования знания в современном обществе, духовных ценностях, их значении в творчестве и повседневной жизни; д) понимать роль науки в развитии цивилизации, во взаимодействии науки и техники, иметь представление о связанных с ними современных социальных и этических проблемах, понимать ценность научной рациональности и ее исторических типов, знать структуру, формы и методы научного познания, их эволюцию. Уметь и владеть: а) владеть основными категориями философии; б) творчески размышлять о насущных проблемах бытия; в) ориентироваться в многообразии ценностей человеческого существования.
--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.1	Философия	4	Б1.Б.6 История	Б1.Б.11.2 Основы православной культуры Б1.Б.11.3 Основы мировой художественной культуры

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.Б.2. Иностранный язык Трудоемкость 9 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: дисциплина «Иностранный язык» носит коммуникативно-ориентированный характер. Его задачи определяются коммуникативными и познавательными потребностями обучающихся. Цель курса приобретение общей, коммуникативной и профессиональной компетенции.

Краткое содержание дисциплины:

Лекционные занятия

Модуль	Тема	Содержание
--------	------	------------

1	Вводно-фонетический курс	Алфавит. Правила чтения. Формирование произносительных навыков.
2	Грамматический материал. Морфология.	Артикль (определенный, неопределенный). Существительные. Числительные. Прилагательные. Местоимения. Глагол. Active Voice. Passive Voice.
3	Синтаксис	Предложения. Порядок слов в предложениях. Сложные предложения.

Практические занятия

Модуль	Тема	Содержание
1	Грамматический материал. Морфология	Артикль (определенный, неопределенный). Существительные. Числительные. Прилагательные. Местоимения. Глагол. Времена Simple, Continuous, Perfect, Perfect Continuous. Passive Voice. Sequence of Tenses. Direct and Indirect Speech. Инфинитив. Инфинитивные обороты. Причастие I, II. Причастные обороты. Герундий. Сложный герундиальный оборот. Союзы.
2	Синтаксис	Предложения. Порядок слов в утвердительном, отрицательном, вопросительном предложениях. Типы вопросов. Прямое и косвенное дополнение. Формальное дополнение. Определение. Обстоятельства. Сложные предложения.
3	Чтение и аудирование текстов	Чтение, перевод текстов общеобразовательного характера.
4	Темы устной речи	My family. About myself. My working day. My apartment. Hobbies. My friends. My future profession. Peoples and cultures. My native town (village). Public Relations. The role of Advertisement. Advertisement as the Main Tool in PR. Sources of communication (TV, radio, Internet, newspaper, magazine). Mass Media and its role in our life.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)	Знать: 1. 1800-2000 лексических единиц, из них 1000 единиц продуктивно по широкому профилю специальности. 2. Структуру простого и сложного предложений. 3. Грамматические формы и конструкции, обозначающие: Уметь: 1. Участвовать в диалоге в связи с содержанием текста. 2. Письменно реализовать коммуникативные намерения. 3. Пользоваться профессиональной терминологией. Владеть (методиками, практическими навыками):

1. Просмотровым, ознакомительным, изучающим и поисковым чтением.
2. Владеть речевым этикетом повседневного общения.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.2.	Иностранный язык	1,2,3	Школьный курс иностранного языка	Б.1.В.ДВ.11.1 Межкультурная коммуникация в PR

1.4. Язык преподавания: английский язык.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины Б.1.Б.3. Русский язык и культура речи Трудоемкость 7 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью освоения дисциплины «Русский язык и культура речи» являются развитие общей культуры речевого общения, формирование умения пользоваться языком в разных коммуникативных ситуациях и сферах функционирования языка, овладение правилами и приемами публичной речи, повышение общей грамотности устной и письменной речи.

Краткое содержание дисциплины: становление и развитие русского литературного языка. Русский литературный язык и внелитературные варианты языка. Нормы русского литературного языка. Орфоэпические нормы. Лексические нормы. Фразеологические средства русского языка. Морфологические нормы. Синтаксические нормы. Функциональные стили современного русского языка. Культура речи. Основы культуры речи. Богатство и разнообразие словаря говорящего. Ясность и понятность речи. Чистота и уместность речи. Правильность речи. Лексические сочетания. Грамматическая правильность речи. Вариантные формы существительных, прилагательных, числительных. Литературное произношение. Стили произношения. Трудности русской орфографии и пунктуации. Логичность речи. Соблюдение законов логики. Логические ошибки. Основы мастерства публичного выступления.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном	Знать: нормы русского и литературного языка. Уметь: создавать и редактировать тексты профессионального назначения на русском языке Владеть (методиками): нормами русского литературного языка,

языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)	навыками практического использования системы функциональных стилей речи
--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б.3	Русский язык и культура речи	1,2,3	Школьный курс русского языка	Б1.Б.12.1 Основы анализа текста Б1.Б.12.2 Стилистика и литературное редактирование Б1.Б.12.3 Язык и стиль рекламы Б1.Б.12.4 Копирайтинг Б1.В.ДВ.5.1 Деловое общение в системе государственного и муниципального управления

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.Б.4. Физическая культура

Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Краткое содержание дисциплины: программа разработана на основе примерной учебной программы по физическому воспитанию Госкомитета РФ по высшему образованию. Составлена с требованиями к обязательному минимуму содержания и к уровню подготовки специалиста. Разделы курса:

1. Общая физическая подготовка.
2. Спортивные игры.
3. Лыжная подготовка.
4. Легкая атлетика.
5. Плавание.
6. Индивидуальные занятия студентов.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8)	Знать: - основы физической культуры и здорового образа жизни; - о роли физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста. Уметь: - применять средства физической культуры для профилактики, оздоровления и реабилитации человека; Владеть практическими навыками: - системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.4	Физическая культура	2		Б1.Б.5. Безопасность жизнедеятельности

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.Б.5. Безопасность жизнедеятельности Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: сформировать у обучаемых теоретические знания и практические навыки, необходимые для идентификации негативных воздействий среды обитания естественного, техногенного и антропогенного происхождения; разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий; обеспечения устойчивости функционирования объектов и технических систем в штатных и чрезвычайных ситуациях; прогнозирования развития и оценки последствий чрезвычайных ситуаций; принятия решений в качестве будущего руководителя – специалиста по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, а также принятия мер по ликвидации их последствий.

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности

Основные положения и принципы обеспечения безопасности: основные положения и определения; концепция приемлемого риска; принципы, методы и средства обеспечения

безопасности деятельности; основы управления безопасностью деятельности, медико-биологические основы БЖД.

Раздел 2. Чрезвычайные ситуации

Виды чрезвычайных ситуаций: понятие о чрезвычайных ситуациях и их классификация; техногенные чрезвычайные ситуации; чрезвычайные ситуации природного характера и защита населения от их последствий; классификация социальных опасностей; причины социальных опасностей; виды социальных опасностей; действия учителя при авариях, катастрофах и стихийных бедствиях.

Раздел 3. Основы пожарной безопасности: средства тушения пожаров и их применение; действие при пожаре.

Раздел 4. Зоны повышенной опасности: транспорт и его опасности; правила безопасного поведения на транспорте.

Раздел 5. Единая государственная система предупреждения и ликвидации ЧС (РСЧС). Цели и задачи РСЧС. Структура РСЧС. Режимы функционирования РСЧС.

Законодательно-правовые документы.

Раздел 6. Международная безопасность: общественная опасность экстремизма и терроризма: виды террористических актов и способы их осуществления; организация антитеррористических и иных мероприятий по обеспечению безопасности в производственных учреждениях; действия производственного персонала и населения по снижению риска и смягчению последствий террористических актов.

Раздел 7. Гражданская оборона и ее задачи: современные средства поражения и их поражающие факторы, мероприятия по защите населения; средства индивидуальной защиты; защитные сооружения гражданской обороны; организация защиты населения в мирное и военное время; организация гражданской обороны в производственных учреждениях.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9)	Знать: правовые, нормативно-технические и организационные основы БЖД; рациональные условия деятельности человека; поражающие факторы стихийных бедствий, крупных производственных аварий и катастроф с выходом в атмосферу радиоактивных веществ (РВ) и ХОВ, современных средств поражения, вредных и опасных производственных факторов; анатомо-физиологические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и опасных поражающих факторов; методы прогнозирования и оценки ЧС; сигналы оповещения ГО и порядок действий населения по сигналам; порядок и содержание работ руководителей предприятий, учреждений, организаций, независимо от их организационно-правовой формы, а также их подразделений по управлению действиями подчиненных в ЧС в соответствии с получаемой специальностью. Уметь: создавать условия для комфортного(нормативного) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; прогнозировать воздействие негативных поражающих факторов и оценивать последствия их воздействия; разрабатывать и

	реализовывать меры защиты человека и окружающей среды обитания от негативных воздействий; проводить контроль параметров и уровней негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям; разрабатывать мероприятия по повышению безопасности и экологичности производственной деятельности; планировать и осуществлять мероприятия по повышению устойчивости производственных систем и объектов; планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в ЧС и при необходимости принимать участие в проведении аварийно-спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий ЧС. Владеть (методиками) методами укрепления здоровья и использовать их в практике
--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.5	Безопасность жизнедеятельности	4	Б1. Б4. Физическая культура	

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.6.История
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения:

- выработка способности и готовности использовать при последующем обучении и в профессиональной деятельности знания важнейших этапов развития отечественной истории;
- закономерности и тенденции исторического процесса;
- формирование у студентов комплексного представления о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации.

Краткое содержание дисциплины: методологические основы изучения истории. Древняя история Руси. Средневековая Русь. Россия в новое время. Россия в XIX в. Россия в начале XX в. Советское государство. СССР в годы Великой Отечественной войны и послевоенное время. Современная Россия.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы**

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)	Знать: основные исторические события, факты и деятельность известных исторических личностей; иметь представление об источниках исторических знаний и приемах работы с ними. Уметь: оценивать достижения культуры на основе знания исторического пути их создания; логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь. Владеть практическими навыками: навыками работы с учебной литературой и электронными базами данных; способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.6.	История	1	Школьный курс истории.	Б.1.Б.1.Философия

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.7. Основы права
Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: развитие у студентов правовой компетентности, обеспечивающей теоретическую и практическую готовность и способность будущего специалиста осуществлять профессиональную деятельность.

Краткое содержание дисциплины: является частью историко-правовой науки и занимает важное место в системе профессиональной подготовки студентов всех специальностей. Изучение курса позволяет будущим специалистам глубже понять сущность современных государственно-правовых явлений, оказывает влияние на выработку научного историко-правового подхода к анализу процессов, происходящих в России и в мире. В качестве юридической науки правоведение приучает студентов анализировать материал по основным отраслям и институтам права: государственное право, гражданское право и семейное право. При изучении предмета студенты используют основной понятийный аппарат дисциплины „Правоведение”. Все это создает прочную основу классического образования и способствует более глубокому освоению специальных дисциплин. Программа структурирована на основе сочетания хронологического и государствоведческого принципов, принятых в российской историко-правовой науке. Данный курс тесным образом связан с такими дисциплинами, изучаемыми в вузе как политология, история, философия, социология. Успешное освоение курса „Правоведение” позволит студенту приобрести знания в области социального, исторического и культурного развития правоотношений Российской Федерации. Требования к результатам освоения дисциплины.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4;)	Знать: правовые нормы в России и за рубежом, права и обязанности специалиста по рекламе и связей с общественностью, авторское право. Уметь: анализировать нормативные правовые документы (цель принятия, задачи, затронутые проблемы, юридическую терминологию, адресат, значение); Владеть (методиками): основными правовыми понятиями и терминами; механизмами разрешения конфликтности, толерантностью; культурой правового мышления. Владеть практическими навыками: применять на практике способы и средства защиты прав и свобод физических и юридических лиц.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой

			(модуля)	
Б.1.Б.7.	Основы права	1		Б.1.Б.14.2. Правовое регулирование в государственной и муниципальной сфере

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.8. Экономика
Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: изучение общих закономерностей функционирования современного рыночного механизма, который лежит в основе современных экономических систем; формирование у студентов основ экономического мышления.

Краткое содержание дисциплины:

ТЕМА 1. Экономическая теория: предмет, метод, функции

1.1. История становления экономической теории как науки. Основные экономические школы (теории)

1.2. Объект, предмет, структура и функции экономической теории

1.3. Метод изучения экономических явлений и процессов. Экономические категории и законы ТЕМА 2. Общие проблемы экономического развития

2.1. Потребности и ресурсы

2.2. Воспроизводство и экономический рост

2.3. Воспроизводственные социально-экономические системы

Тема 3. Товарное производство и его роль в экономическом развитии общества

3.1. Натуральное и товарное хозяйство

3.2. Основные категории и законы товарного хозяйства

ТЕМА 4. Рыночные механизмы и законы функционирования товарного хозяйства

4.1. Рынок, его содержание, функции и структура

4.2. Конкуренция и монополия

4.3. Законы спроса и предложения. Цена спроса, цена предложения и равновесная цена

4.4. Ценовая эластичность спроса и предложения

ТЕМА 5. Рыночная экономика: содержание, основные субъекты и закономерности их поведения

5.1. Организация рыночной экономики и ее основные субъекты

5.2. Теории и законы поведения экономических субъектов в рыночной экономике Тема

6. Рынки факторов производства и формирование факторных доходов

6.1. Особенности формирования спроса, цен и доходов на рынках факторов производства

6.2. Рынок капитала, процент и предпринимательский доход

6.3. Рынок труда и заработная плата

6.4. Рынок природных ресурсов и рента

Тема 7. Технологические, институциональные и экономические основы функционирования предприятия

7.1. Предприятие, его признаки и функции

7.2. Организационно-правовые формы предприятий в России и порядок их создания

7.3. Планирование работы предприятия. Бизнес-план

7.4. Оценка результатов деятельности

предприятия Тема

8. Макроэкономическое равновесие и его обеспечение

8.1. Макроэкономика и основные макроэкономические показатели

- 8.2. Теории (модели) макроэкономического равновесия
- 8.3. Основные «инструменты» макроэкономического анализа

ТЕМА 9. Денежно-кредитная система и монетарная политика государства

- 9.1. Особенности современных денег
- 9.2. Кредитная система и банки
- 9.3. Спрос и предложение на денежном рынке
- 9.4. Ценные бумаги на рынке кредитных ресурсов
- 9.5. Способы регулирования денежного

рынка ТЕМА 10. Финансовая и налоговая системы

- 10.1. Содержание финансов. Виды и структура бюджетов
- 10.2. Бюджетный дефицит и государственный долг
- 10.3. Налоги и налоговая политика

ТЕМА 11. Инфляция и социальная политика в рыночной экономике

- 11.1. Понятие, измерение, виды, причины и механизмы инфляции
- 11.2. Социально-экономические последствия инфляции
- 11.3. Содержание социальной политики и оценка ее результативности
- 11.4. Доходы в рыночной экономике, показатели их

распределения и механизмы перераспределения

ТЕМА 12. Международные аспекты экономического развития

- 12.1. Мировое хозяйство и формы мировых экономических связей (отношений)
- 12.2. Внешний рынок и проблемы регулирования внешней торговли
- 12.3. Мировая валютная система и валютный

рынок ТЕМА 13. Проблемы экономического роста

- 13.1. Экономический рост: определение, измерение, типы, источники и границы
- 13.2. Циклический характер развития рыночной экономики. Содержание основных фаз экономического цикла

13.3. Причины возникновения экономических кризисов. Типы экономических циклов и их материальная основа

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3)	Знать: - основы экономической теории, содержание основных концепций и направлений её развития; - основные категории и законы современной экономики; - особенности микро- и макроэкономических процессов, происходящих в обществе; - сущность фискальной и денежно-кредитной политики, социальной и инфляционной политики. Уметь: - анализировать в общих чертах основные экономические события, происходящие в стране и за её пределами; - уметь решать задачи в области экономики; - находить и использовать информацию для ориентирования в текущих проблемах современной экономики. Владеть практическими навыками: - навыками поиска профессиональной информации, реферирования

	и аннотирования текстов, оформления своих мыслей в виде монологического и диалогического высказывания; - навыками межкультурного диалога, психологической саморегуляции, педагогического мастерства, обладать толерантностью, трудолюбием, устремленностью к интеллектуальному совершенствованию; -навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений.
--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.8	Экономика	4		

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.Б.9. Основы учебной научно-исследовательской деятельности (УНИД)

Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: развитие фундаментальных исследований как основы для создания новых знаний, освоения новых технологий, становления и развития научных школ и ведущих научных коллективов по важнейшим направлениям развития науки и техники, обеспечение подготовки на базе университета квалифицированных специалистов и научно-педагогических кадров высшей квалификации в процессе проведения научных исследований.

Краткое содержание дисциплины: учебно научно-исследовательская деятельность (УНИД) в университете; способы проектирования и реализации проектов; метод аналитики, оценки своей исследовательской работы; патентная работа и защита интеллектуальной собственности; организация участия студентов в международных, национальных и региональных научных конкурсах, конференций; подготовка и сопровождение международных проектов в сфере НИД; анализ результатов НИД; организация научно-исследовательской работы студентов;

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7)	Знать: защиту интеллектуальной собственности и авторских прав; метод аналитики, оценки своей исследовательской работы. Уметь: развивать научно-исследовательскую деятельность, использовать исследовательские работы в своей работе.

	Владеть (методиками): организация участия студентов в международных, национальных и региональных научных конкурсах, конференций; подготовка и сопровождение международных проектов в сфере НИД; анализ результатов НИД; организация научно-исследовательской работы студентов. Владеть практическими навыками: составления научно-исследовательской работы.
--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.9.	Основы учебной научно-исследовательской деятельности (УНИД)	1		Б.1.Б.18.4. Реклама и связи с общественностью в политике

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.Б.10. Социология Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: изучение курса обеспечивает первоначальную социологическую подготовку студентов.

Краткое содержание дисциплины: социально-философские предпосылки развития социологии как науки; классические социологические теории; современные социологические теории и законы, их связь с экономическими законами; русская социологическая мысль; общество и социальные институты; мировая система и процессы глобализации; социальные группы, общности, слои; виды общностей; общность и личность; малые группы и коллективы; социальная организация; социальные движения; социальное неравенство, социальная структура общества, стратификация и социальная мобильность; социальный статус и социальная роль; социальное взаимодействие и социальные отношения; сознание и поведение личности и групп; общественное мнение как социальный институт; культура как фактор социальных изменений; взаимодействие экономики, социальных отношений и культуры; социальные аспекты развития рынка; личность как социальный тип; социальный контроль и девиация; личность как деятельный субъект; социальные изменения; социальные революции, конфликты и реформы; концепция социального прогресса; место России в мировом сообществе; методология и методика социологического исследования.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты	Планируемые результаты обучения по дисциплине
------------------------	---

освоения программы (содержание и коды компетенций)	
способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)	Знать: основные понятия социологии, социальную структуру, социальные институты и социальные группы, типы социального взаимодействия. Уметь: логически последовательно мыслить, формулировать свои знания, используя общенаучные и социологические категории; применять понятийно-категориальный аппарат социологии; разбираться и прогнозировать развитие социальных процессов на микроуровне; быть способным распознавать причины и следствия общественных явлений; свободно и аргументировано излагать свои мысли, позиции, проблемы и идеи. Владеть практическими навыками: навыками целостного подхода к анализу проблем общества; методами социологического исследования

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.10.	Социология	3		Б.1.Б.15.2.Социология массовых коммуникаций

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.Б.11.1. «Устное народное творчество» Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование целостного представления обучающихся об исторической закономерности и последовательности развития культуры и искусства, объединяющих религиозные верования, исторические реалии и творческий потенциал народа. Выявление традиционных жанров, языковых и поэтических приемов создания образности, способных быть основой для современных рекламных и PR-текстов.

Краткое содержание дисциплины:

Курс построен по принципу изучения развития фольклорных жанров в историческом контексте. Главные проблемы: специфика фольклорных традиций, историческая поэтика, поэтика жанров. Основное внимание уделено классическому фольклору – богатой системе развитых, полноценных жанров, которая продуктивно функционировала в течение веков. Рассмотрены процессы формирования основных культурных традиций нации, отраженных в народном творчестве.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты	Планируемые результаты обучения по дисциплине
------------------------	---

освоения программы (содержание и коды компетенций)	
способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6); обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);	1. Знать: 1.1. религиозные, исторические и территориальные предпосылки возникновения русского устного народного творчества 1.2. основные законы функционирования фольклора; 1.3. специфику различных жанров устного народного творчества. 2. Уметь: 2.1. правильно определять жанры фольклора, его язык; 2.2. анализировать художественную форму фольклорного произведения; 2.3. классифицировать жанры фольклорных произведений. 3. Владеть: Владеть (методиками) Методикой адаптации рекламных и PR-текстов под фольклорные произведения. Владеть практическими навыками 3.1. навыками сбора информации для устного и письменного выступления; 3.2. способностью находить примеры использования фольклора в рекламных и PR-текстах, анализировать их поэтические особенности.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.11.1.	«Устное народное творчество»	1	Б1.Б.11.2 Основы православной культуры	Б1.Б.10 Социология Б1.Б.11.2 Основы православной культуры Б1.Б.11.3 Основы мировой художественной культуры Б1.Б.12.1 Основы анализа текста Б1.Б.12.2 Стилистика и литературное редактирование Б1.Б.12.3 Язык и стиль рекламы Б1.Б.12.4 Копирайтинг Б1.Б.13.3 Основы создания рекламного продукта (графика, дизайн) Б1.Б.13.4 Технология создания рекламного продукта Б1.Б.15.2 Социология массовых коммуникаций Б1.Б.15.3 Психология массовых коммуникаций Б1.В.ДВ.6.2 Организация работы пресс-службы в

				государственных структурах Б1.В.ДВ.10.1 Логика и теория аргументации Б1.В.ДВ.10.2 Журналистское творчество Б1.В.ДВ.10.3 Социальная реклама (сеть СВФУ)
--	--	--	--	--

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.11.2. Основы православной
культуры

Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: является формирование целостного восприятия отечественной истории и культуры при изучении гуманитарных предметов, с выявлением основных принципов создания корректных рекламных текстов.

Введение. Духовные ценности и нравственные идеалы в жизни человека и общества
Основы религиозных культур и светской этики
Религиозное сознание: особенности
Общечеловеческие ценности и нравственный релятивизм
Религиозно-нравственные нормы. «Духовность» и «псевдодуховность». Культура и массовая культура.
Существование древних религиозных традиций и новых религиозных движений на основе законодательной регламентации РФ
Основы духовной безопасности и религиозная ненависть
Толерантность и толерантизм
Культура, религия и психология
Культура, религия и наука
Введение в православную духовную традицию.
Особенности восточного христианства.
Наследие православной культуры
Христианское искусство и православная культура
Симфония и полемика с христианством в искусстве
Плоды симфонии искусства и христианства
Символический способ донесения высших истин
Критерии искусства в православной традиции
Изобразительные
Живопись и икона
Скульптура
Неизобразительные
Архитектура, декоративно-прикладное искусство
Литература

Краткое содержание дисциплины:

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы**

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6); обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью,	Знать: • религиозные, исторические и территориальные предпосылки возникновения православной культуры. • специфику вероучительной, духовно-назидательной, канонической, апологетической, литургической (богослужебной), экзегетической, гимнографической литературы; • специфику различных жанров религиозных текстов. • специфику «Священных текстов», • литературные памятники православной культуры
владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)	• специфику искусства православной традиции Уметь: • правильно определять значение и цели применения текстов православной культуры; • анализировать художественную форму произведения; • классифицировать жанры произведений. • находить подход к мирному диалогу к представителям религиозного мировоззрения, не разжигать межрелигиозной ненависти и не оскорблять чувства верующих. • адекватно использовать лексику православной культуры и религиозных традиций. Владеть практическими навыками: • навыками сбора информации для устного и письменного выступления.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.11.2	Основы православной культуры	1	Б.1.Б.11.1. Устное народное творчество	Б1.Б.11.3 Основы мировой художественной культуры

1.4. Язык преподавания: русский.

**АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.11.3. Основы мировой художественной
культуры
Трудоемкость 3 з.е.**

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения:

Целями изучения дисциплины «Основы мировой художественной культуры» являются

- содействие общей инкультурации студента путем введения его в систему ценностно-смысловых и нормативно-регулятивных установлений исторических и современных сообществ, а также систему языков и методов социальной коммуникации;
- ориентированность будущих специалистов на творческое освоение ценностей мировой художественной культуры, формирование навыков оценки процессов и явлений искусства;
- развитие у студентов гуманного отношения к окружающему миру и другим людям, уважения к ценностям художественных культур разных региональных, этнических, конфессиональных, возрастных и иных социальных групп.

Курс «Основы мировой художественной культуры» имеет целью выявить характеристику основных этапов и тенденций в социокультурном развитии человеческого сообщества на примере отдельных эпох, стран, культурно-исторических явлений и персоналий. В процессе преподавания курса формируются представления о сущности художественной культуры, ее специфических особенностях как гуманитарного знания; об общих закономерностях и специфических чертах развития различных культурно-исторических типов с учетом религиозно-конфессиональных и этнических аспектов.

Курс «Основы мировой художественной культуры» направлен на повышение уровня и качества подготовки выпускников государственного вуза в гуманитарной сфере; получение, дополнение и систематизацию знаний в культурно-цивилизационной сфере общественных отношений.

Задачи курса состоят в том, чтобы:

- раскрыть специфику объекта и предмета «Основы мировой художественной культуры»;
- дать наиболее целостное и систематическое представление о сущности, структуре и механизмах функционирования художественной культуры;
- сформировать у студента представления об основных художественных направлениях и теориях;
- показать место и роль художественной культуры России в системе мировой цивилизации;
- сформировать представления об основных проблемах и тенденциях развития современного искусства;
- развить у студента навыки социокультурной ориентации, оценки явлений художественной культуры прошлого и настоящего, активного освоения культурного наследия;

Краткое содержание дисциплины:

Основным принципом в преподавании «Основы мировой художественной культуры» является рассмотрение феноменов «культура» и «искусство». Эти феномены отражают не только явления, связанные с искусством и сходные с ним, но и систему жизнедеятельности, куда входят и материальные, и духовные составляющие: экономику, политику, науку, религию, философию - которые представляют собой институты человеческой культуры.

Системный характер человеческой жизнедеятельности (культуры), специфика различных типов культур и их художественных воплощений, систем ценностей, знаний, логика их развития в каждой культуре - вот основные вопросы, интересующие художественную культуру, как новую область исследований, сформировавшую свой объект и предмет знания лишь ко второй половине XX века.

В соответствии с государственным образовательным стандартом учебный курс «Основы мировой художественной культуры» содержит следующие разделы: теория искусства, основные художественные направления, течения стили, исторические аспекты мировой и отечественной культуры.

Курс «Основы мировой художественной культуры» является органической частью системы дисциплин социально-гуманитарного профиля и предполагает опору на межпредметные связи с культурологией, религиоведением, этнографией, мифологией, литературой, историей и т.д., отчасти выполняя интегрирующую функцию в ряду этих учебных дисциплин, а также, помогая студентам осмыслить процесс и результаты их

конкретно-практической деятельности. На занятиях уделяется внимание наиболее важным культурологическим закономерностям развития мировой художественной культуры от древности до современности, проблемам периодизации, характеристике основных направлений, течений искусства, а также эволюции художественных стилей профессионального искусства во взаимосвязи с культурно-историческим контекстом.

Главной задачей курса является формирование представлений о художественной культуре как части духовной культуры, приобщение студентов к общечеловеческим ценностям, освоение художественного опыта прошлого и настоящего, воспитание художественного вкуса студентов, повышения уровня их художественного развития.

Учебный курс нацелен на изучение художественных направлений, представленных отечественной и зарубежной традициями, и призван помочь студентам в понимании роли искусства в человеческой жизнедеятельности. В результате чего студент должен иметь представление о способах приобретения, хранения и передачи эстетического опыта, основных ценностях искусства; уметь оценивать достижения культуры, самостоятельно анализировать художественные течения и стили, содействовать становлению профессионального мышления.

Методологическая концепция данного курса построена следующим образом: в начале представлен лекционный материал, который конкретизируется на консультационных занятиях, по итогам которых проводятся проверочные работы (устные и письменные опросы). Особое внимание уделяется уяснению основных терминов и понятий, на которых базируется изложение материала данного учебного курса. В процессе усвоения материала и при подведении итогов учебного семестра применяется рейтинговая система, которая учитывает посещаемость занятий и итоги промежуточной аттестации.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6); обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)	Знать: периодизацию и стили; виды и жанры изобразительного искусства; великие памятники художественного творчества, известных художников. Уметь: самостоятельно работать с литературой по искусству, дополнительной литературой, периодическими изданиями; определять стилевую классификацию, жанровые особенности, средства художественного воплощения; проводить анализ художественного произведения; самостоятельно осуществлять поиск критической литературы по различным направлениям и видам художественного творчества. Владеть (методиками): об искусстве как составной части культурного наследия; о взаимосвязях различных видов искусств; о закономерности взаимосвязей исторических периодов и направлений в культуре.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной	для которых содержание данной дисциплины (модуля)

			дисциплины (модуля)	выступает опорой
Б.1.Б.11.3	Основы мировой художественной культуры	2	Б.1.Б.11.1. Устное народное творчество Б.1.Б.11.2 Основы православной культуры	Б.1.Б.13.3. Основы создания рекламного продукта (графика, дизайн)

14. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.12.1 Основы анализа текста
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование осознанного подхода обучающихся к процессам профессионального понимания текста; формирование основ представления о субъективных и объективных процессах и факторах, определяющих понимание текста; содействие осведомленности обучающихся о междисциплинарных связях в области лингвистики, теории текста, теории интерпретации; оснащение обучающихся основами системного метода подхода к тексту при его интерпретации

Краткое содержание дисциплины:

Художественный текст как объект филологического анализа. Общая теория текста. Разные подходы к определению и анализу художественного текста. Принципы и приемы филологического анализа художественного текста. Описание, анализ и проблемы интерпретации художественного текста.

Анализ художественного текста с учетом родовой и жанровой специфики. Особенности анализа эпических, лирических и драматических произведений.

Анализ композиции художественного произведения. Внешняя и внутренняя композиция. Виды членения текста и виды текстовой связности. Композиционные приемы, их структурно-содержательные функции. Сильные позиции текста. Анализ рамочных компонентов художественного текста. Особая роль повторов в структуре текста. Выявление «семантической композиции» художественного текста, ее особая значимость.

Образный строй текста. Образные средства языка как способ выражения внеязыковой действительности и форма художественных образов. Изобразительная, выразительная и когнитивная функции образных средств.

Анализ структуры повествования художественного текста. Типы художественного повествования. Выделение и анализ субъектно-речевых планов повествователя и персонажей. Соотношение субъектных планов повествования в структуре текста, их роль в композиции произведения.

Анализ хронотопической организации художественного текста. Содержательное значение пространственно-временной организации. Хронотоп как выражение авторской картины мира.

Анализ способов выражения авторской позиции в художественном тексте. Авторские отступления (лирические, философские и др.) в структуре текста. Соотношение заглавия и текста произведения. Ключевые слова в тексте как его семантическая композиция. Ремарки как способ выражения авторской позиции в драматическом произведении.

Анализ интертекстуальных связей в художественном тексте.

Имманентное и контекстуальное изучение художественного текста. Привлечение необходимых контекстов (исторического, культурного, биографического, литературного и др.) в процессе анализа литературного произведения.

Комплексный анализ художественного текста: художественная реализация идеи произведения в его структурных компонентах.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
обладанием базовыми	Знать:

навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8); владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)

- историю развития и основные этапы эволюции лингвистических идей в области изучения текста;
 - основную проблематику теорий интерпретации текста;
 - междисциплинарные связи в области лингвистики, теории текста, теории интерпретации.
- Уметь:
- применять теоретические знания в самостоятельной научной работе;
 - анализировать различные подходы к исследуемой проблеме с позиций принадлежности их авторов к тому или иному лингвистическому и филологическому направлению;
 - пользоваться основами системного метода подхода к тексту при его интерпретации;
 - анализировать художественные тексты разных авторов.
- Владеть (методиками):
- теорией текста;
 - приемами филологического анализа художественного текста.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.12.1	Основы анализа текста	3	Б1.Б.3 Русский язык и культура речи Б1.Б.12.1 Основы анализа текста	Б1.Б.12.3 Язык и стиль рекламы Б1.Б.12.4 Копирайтинг

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.12.2. Стилистика и литературное редактирование текста
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: повышение уровня владения речью и формирование коммуникативной компетентности студентов

Краткое содержание дисциплины: Литературная норма. Критерии нормативности языковых фактов. Виды литературных норм. Типология функциональных стилей русского языка. Стилистические ресурсы русского языка (лексика, фразеология, словообразование, морфология, синтаксис). Изобразительно-выразительные средства языка как стилистические ресурсы речи. Определение понятия «стиль»/«функциональный стиль» в стилистике. Понятие речевой системности функционального стиля. Художественный стиль речи. Типология стилистических ошибок.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Общепрофессиональные: ОПК-3- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга; ПК-8: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: 1. Знать: традиционные филологические приемы составления и анализа текста 2. Уметь: работать с фактическим материалом текста в различных аспектах (работа над композицией, языком и стилем материала, проверка и обработка материала, редакторский анализ и т.д.) 3. Владеть: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры, способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.12.2	Стилистика и	3	Б1.Б.3 Русский язык	Б1.Б.12.3 Язык и стиль

	литературное редактирование текста		и культура речи Б1.Б.12.1 Основы анализа текста	рекламы Б1.Б.12.4 Копирайтинг
--	--	--	---	----------------------------------

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.12.3. Язык и стиль рекламы

Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины. Цель освоения: является формирование у студентов навыков создания эффективного текста в сфере связей с общественностью и рекламы.

Краткое содержание дисциплины: формирование навыков анализа и создания эффективных рекламных текстов

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); способностью 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); владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)	Знать: общую типологию рекламных текстов, основные этапы создания и анализа рекламных текстов; приемы создания рекламного текстов. Уметь: анализировать и редактировать рекламные тексты; выявлять текстовые нарушения, отслеживать психолингвистические механизмы, способствующие адекватному восприятию и пониманию текста; учитывать нормы в при создании рекламного текста. Владеть (методиками): лингвистическими приемами создания рекламных текстов

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.12.3	Язык и стиль рекламы	4	Б1.Б.12.1 Основы анализа текста Б1.Б.12.2 Стилистика и литературное редактирование	Б1.Б.12.4 Копирайтинг

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.12.4. «Копирайтинг»
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения:

Основными целями изучения дисциплины «Копирайтинг» являются: ознакомление обучающихся с сущностью копирайтинга как особого вида рекламной деятельности и с основными видами объектов, в создании которых участвует копирайтер; ознакомление обучающихся с функциональными обязанностями копирайтера и режимами его взаимодействия с другими участниками создания рекламного продукта и с представителями заказчика, а также демонстрация зависимости таких режимов от типа и размера рекламной структуры, в которой работает копирайтер; формирование представлений об этапах, принципах и методах создания рекламного сообщения, о его основных вербальных составляющих и способах взаимодействия их с невербальными компонентами (прежде всего, иллюстрациями); ознакомление с основными принципами коммуникативного воздействия.

Краткое содержание дисциплины:

Задачи копирайтинга и функции копирайтера в различных рекламных структурах. Требования, предъявляемые к копирайтеру. Основные понятия копирайтинга. Широкое и узкое понимание копирайтинга. Рекламный бриф. Рекламное сообщение в структуре маркетинговых коммуникаций. Иерархия рекламных стратегий. Стратегия обращения. Типы стратегий обращения и их особенности. Различные данные, влияющие на выбор стратегий. Структурные компоненты рекламного сообщения и их функции. Взаимодействие текста и изображения в рекламном сообщении. Рекламный макет. Проблема понимания рекламного сообщения. Специфика «фестивальной» рекламы. Слоганы и заголовки как ключевые компоненты рекламного сообщения. Функции и типы заголовков и их отличие от слоганов. Эхо-фраза. Коммерческое имя, торговая марка, бренд. Принципы создания коммерческого имени (нейминга). Нейминговые агентства. Слоган как инструмент брендинга. Информационный и риторический компоненты слогана. Взаимодействие слогана и логотипа. Особенности создания рекламных текстов для различных средств распространения рекламы. Использование различных средств коммуникативного воздействия в рекламе. Критический анализ понятия манипулирования. Правовое регулирование средств рекламного воздействия. Анализ существующих подходов к технологизации создания рекламного продукта (креативные методики, компьютерные программы). Методы и методики оценки коммуникативной эффективности рекламного сообщения. Различие понятий коммуникативной и коммерческой эффективности. Параметры воздействия рекламного сообщения и способы их тестирования

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы**

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);	1. Знать: • организационные принципы работы копирайтера и предъявляемые к нему требования; • роль и место рекламы в общей системе маркетинговых коммуникаций; • основные принципы создания рекламного продукта, используемые при этом стратегии обращения и факторы,

способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные (ПК-8);	определяющие их выбор; • типовые способы трансформации стратегий обращения в рекламное сообщение и ограничения таких типовых подходов; • место и роль вербального текста в рекламной коммуникации, функции и специфические особенности отдельных компонентов рекламного сообщения; • роль коммерческого имени и рекламного слогана в процессе брендинга; • особенности рекламных текстов для различных форм распространения рекламы; • нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность; • основные методы и методики анализа рекламного сообщения. 2. Уметь: • работать во взаимодействии с другими участниками создания рекламного продукта; • создавать оригинальные и адаптировать (при необходимости – во взаимодействии с переводчиком) полученные от заказчика тексты различных видов в соответствии с рекламным брифом и нормативными требованиями; • критически и аргументировано оценивать свои и чужие рекламные тексты. 3. Владеть: Владеть (методиками) • основными методиками анализа и оценки рекламных сообщений. Владеть практическими навыками • навыками общения с клиентом; • навыками самостоятельного сбора информации, существенной для создания рекламного продукта; • типовыми способами построения различных рекламных текстов; • используемыми в рекламе принципами коммуникативного воздействия.
---	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.12.4.	«Копирайтинг»	5	Б1.Б.11.1 Устное народное творчество Б1.Б.11.2 Основы православной культуры Б1.Б.11.3 Основы мировой	Б1.Б.17.3 Технологии разработки WEB-сайтов Б1.В.ДВ.6.2 Организация работы пресс-

			художественной культуры Б1.Б.12.1 Основы анализа текста Б1.Б.12.2 Стилистика и литературное редактирование Б1.Б.12.3 Язык и стиль рекламы Б1.Б.13.1 Основы рекламы Б1.Б.13.2 История рекламы Б1.Б.13.3 Основы создания рекламного продукта (графика, дизайн) Б1.Б.13.4 Технология создания рекламного продукта Б1.Б.13.5 Психология рекламы	службы в государственных структурах Б1.В.ДВ.8.1 Реклама и связи с общественностью в индустрии моды и красоты Б1.В.ДВ.10.1 Логика и теория аргументации Б1.В.ДВ.10.2 Журналистское творчество Б1.В.ДВ.10.3 Социальная реклама (сеть СВФУ)
--	--	--	---	--

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.Б.13.1 Основы рекламы Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование представлений о рекламе и о будущей профессиональной деятельности, умений применять на практике полученные знания для реализации рекламной деятельности, владеть практическими навыками профессиональной работы в рекламном отделе/агентстве.

Задачи:

- изучение основных представлений о функционировании современного рынка рекламы;
- получение системного комплекса знаний о существовании комплекса маркетинга и его роли в достижении бизнес-целей фирмы;
- рассмотрение функций рекламы и её воздействия на целевые группы;
- изучение зависимостей между этапами жизненного цикла товара на рынке и характером рекламной деятельности;
- определение места и роли рекламы в системе маркетинга, включая новейшие коммуникационные средства и методы, применяемые в Интернете;
- получение студентами навыков стратегического планирования рекламной деятельности и разработки рекламного сопровождения деятельности бакалавра данного направления подготовки.

Краткое содержание дисциплины:

Актуальность курса дисциплины «Основы рекламы» можно объяснить тем значением, которые играют коммуникационные технологии в современном обществе. Сегодня реклама как инструмент маркетинговой политики компаний является одной из влиятельных сил экономики. Меняясь и трансформируясь в современной маркетинговой среде, она наглядно демонстрирует всю значимость усилий производителей, направленных на завоевание потребительского внимания.

Образовательный курс содержит определение рекламы, общие требования, предъявляемые к рекламе, раскрываются цель, задачи, функции, принципы, коммуникационные характеристики рекламы.

Отдельное место в курсе занимает определение места и роли рекламы в системе маркетинга, её значение в системе современных медиакоммуникаций. Краткий экскурс в историю

развития рекламы позволяет студентам лучше понять динамику рекламной отрасли и зависимость развития коммуникационных процессов от совершенствования технологий передачи информации посредством Интернет-технологий.

Особое внимание уделяется теме методики разработки рекламного обращения в социальных медиа. Таким образом, в процессе изучения курса у слушателей формируются знания, умения и навыки его создания.

В программе курса представлен список основной, дополнительной литературы и информационное сопровождение, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных сферах (ОПК-1); - способностью 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); - способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12); - способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16)	<i>Обучающийся должен знать:</i> • современное состояние рекламы в Интернет-пространстве; • термины, классификацию, схему и участников рекламы; • основы медиапланирования; • требования к рекламному сопровождению, его ролевую функцию при воздействии на различные социальные слои • место рекламы в комплексе маркетинга; <i>уметь:</i> • совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень; • использовать на практике навыки порекламному сопровождению исследовательских проектов; • самостоятельно приобретать новые знания и умения рекламной деятельности в Интернете <i>Владеть:</i> • методикой разработки рекламного сообщения; практическими навыками осуществления рекламного сопровождения исследовательского проекта в Интернете.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой

			(модуля)	
Б.1.Б.13.1	Основы рекламы	1	Б.1.Б.3 Русский язык и культура речи Б.1.Б.6. История	Б1.Б.13.2 История рекламы Б1.Б.14.1 Основы связей с общественностью Б1.Б.12.3 Язык и стиль рекламы Б1.Б.13.3 Основы создания рекламного продукта (история, графика, дизайн) Б1.Б.13.4 Технологии создания рекламного продукта (история, графика, дизайн) Б1.Б.13.5 Психология рекламы Б1.Б.18.1 Реклама и связи с общественностью в государственных и муниципальных Б1.Б.18.2 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях Б1.В.ОД.2.1 Организация и проведение PR-мероприятий в системе государственного и муниципального управления Б1.Б.19 Организация работы в отделах и агентствах по рекламе и связям с общественностью Б1.В.ОД.2.3 Организация кампаний по рекламе и связям с общественностью

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.13.2 История рекламы
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цели: побуждение студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных истории рекламы; выработка у обучающихся аналитических навыков изучения истории российской и зарубежной рекламы.

Краткое содержание дисциплины: Основные этапы в истории рекламы. Техническое развитие рекламы. Печатная периодика в Европе, России и США. Реклама на радио и телевидении. Появление глобальных информационных сетей. История развития рекламы в сети интернет.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы**

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью 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); способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение	Знать: основные особенности становления и развития мировой и отечественной рекламы; понимать особенности и предпосылки процесса формирования современной рекламной деятельности в России. Уметь: выделять основные взаимосвязи развития рекламы с социальными, экономическими и культурными процессами общественного развития в ведущих странах

рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8), способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12); способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16)

мира, понимать специфику изменяющейся роли рекламы в общественных процессах и важность социальной ответственности специалиста по рекламе.

Владеть (методиками): методами оценки эффективности деятельности рекламиста, навыками анализа степени влияния научного и технического прогресса на совершенствование рекламной деятельности.

Владеть практическими навыками: критически анализировать исторический рекламный опыт зарубежных и отечественных специалистов.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Се ме стр изу че ни я	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.13.2	История рекламы	2	Б1.Б14.1. Основы связей с общественностью	Б 1.Б 12.3. Язык и стиль рекламы, Б 1.Б.13.6. Креативные технологии в рекламе

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.Б.13.3. Основы создания рекламного продукта (графика, дизайн)

Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: дать обоснованное представление о взаимосвязи дизайна рекламы, показав исторические и эстетические основы их взаимодействия и взаимопроникновения.

Краткое содержание дисциплины: введение в основы дизайна, Концепция фирменного стиля и Графический дизайн рекламы. В составлении и содержании рекламы отражен авторский подход, понимание специфических особенностей в преподавании основ визуальной композиции для специалистов. Методологическим условием в преподавании и обучении является авторский подход в понимании рекламы как неотъемлемой части визуального искусства новейшего времени и основ визуальности; преимущественная опора на лекционный материал и электронные пособия ввиду недостаточности теоретических разработок по данной дисциплине.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
---	---

обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); способностью организовывать подготовку к выпуску, производство контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12); способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК- 16) способностью 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)	Знать: 1. особенности, порядок разработки, преимущества использования дизайна в рекламе; 2. основные компоненты фирменного стиля; 3. общие правила создания рекламы и других фирменных констант, символики, графических особенностей, возможностей шрифтовой, цветовой интерпретации, полиграфического производства; 4. методику, процесс создания рекламы, механизмы психологического воздействия. Уметь: 1. правильно выбирать структурные элементы композиции, обосновывать данное решение с точки зрения целесообразности; 2. рассматривать рекламу как целостную, гармоничную систему; 3. определять дизайн рекламы как систему идентификации фирмы, как средство формирования имиджа, средство всей исходящей от фирмы информации, из направлений деятельности фирмы, ее места в структуре рынка; 4. оценивать разработку фирменной рекламы с точки зрения графических, шрифтовых, цветовых решений. Владеть представлением: о существе, месте и значении дизайна в истории; о корпоративной рекламе, ее функциях, общности целей и задач с фирменным стилем; о целях, предназначении, коммуникативности рекламы, ее разработке, дизайне, выборе и замене, а также рассмотрении ее как культурного явления; о стиле как единообразующем в дизайне фирмы.
---	---

13. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б.13.3	Основы создания рекламного продукта (графика, дизайн)	3	Б1.Б.13.1 Основы рекламы Б1.Б.13.2 История рекламы	Б1.Б.13.4 Технология создания рекламного продукта Б1.Б.13.6 Креативные технологии в рекламе

14. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.Б.13.4 Технология создания рекламного продукта Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целями освоения: определение технологических особенностей производства всех видов рекламы; формирование четкого представления о циклах создания рекламы, формирование креативного подхода при создании рекламных продуктов.

Краткое содержание дисциплины:

Технология конструирования образа фирмы (марки, бренда). Проектирование бренда. Творческая стратегия торговой марки. Выбор средств и эффективность рекламы.

Рекламный текст. Структура вербальной части рекламы. Маркетинговая информация в рекламном тексте. Интерлингвистические особенности рекламного текста. Стилистика рекламы. Приемы речевого воздействия в рекламе. Творческий бриф.

Дизайн в рекламе. Реклама как область графического дизайна. Проектный процесс в создании рекламы. Основные художественные средства визуальной рекламы.

Теория и практика фоторекламы. Теоретические аспекты использования фотографии в рекламе. Цифровая фотография.

Средства полиграфии в рекламе. Основные этапы полиграфии. Обработка текстовой информации и основы типографики. Допечатные процессы и оборудование.

Режиссура рекламы. Телевизионная реклама. Научно-практическая основа режиссуры рекламы. Сценарное мастерство. Производство телевизионной рекламы. Монтаж рекламного фильма.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); способностью 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); способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12); способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16)	Знать: 1. виды, типы, жанры визуальной рекламы, законы визуальной стилистики и правил ее употребления; 2. художественные изобразительные средства, применяемые в различных видах рекламы; 3. различные графические редакторы. Уметь: 1. определять и устанавливать различные межпредметные связи при разработке рекламных проектов; 2. лаконично формулировать информативные аргументы в обращении к потребителю; 3. применять единые стилистические приемы для составления рекламного текста. Владеть (методиками): грамотой работы в сети Интернет; Знать основы изобразительной и вербальной грамоты при разработке рекламных продуктов. Владеть практическими навыками: базовыми средствами компьютерной графики.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля),	Семе стр	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик
--------	-----------------------------------	-------------	---

	практики	изуче ния	на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б.13.4	Технология создания рекламного продукта	4	Б1.Б.13.1 Основы рекламы Б1.Б.13.2 История рекламы Б1.Б.13.3 Основы создания рекламного продукта (графика, дизайн)	Б1.Б.13.6 Креативные технологии в рекламе

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.Б.13.5. Суггестивные технологии в коммерческой сфере
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: являются сформировать навык использования психологических закономерностей человека для успешной рекламной и ПР- деятельности

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Общепрофессиональные: ОПК-6 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: 1. Знать: о сознательном и бессознательном человека; понятия «мышление», «внимание», «понятие», «приятие», «интерес»; психотехнологии, психотехнологии с обратной связью, психотехнологии без обратной связи, психолингвистика, психотехнологии корпоративной символики; гипноз, нейро-лингвистическое программирование, поло-ролевые стереотипы. 2. Уметь: классифицировать рекламу с точки зрения психологического воздействия на потребителя; различать и выбирать психотехнологии при разработке рекламной кампании; использовать цвет, шрифт, форму, психолингвистические приемы для эффективного воздействия рекламы; прогнозировать и анализировать эффективность рекламной стратегии. 3. Владеть: способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа; способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы

	проектных команд; умением использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации.
ПК-6: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: основные правила создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; Уметь: участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию. Владеть: навыками создания и проведения эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.
ПК-8: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: содержание работ по подготовке к выпуску, этапы производства и распространения рекламы в традиционных и современных средствах рекламы; Уметь: организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; Владеть: навыками организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-12: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: - закономерности организации работы и технологических этапов в области рекламы и связей с общественностью; Уметь: - использовать понятийный аппарат и фактические данные в области рекламы и связей с общественностью в профессиональной деятельности; Владеть: - базовым опытом решения профессиональных проблем, в соответствии с профилем образования
ПК-16: способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать: - методику создания текстовых, графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств медиакommunikаций; Уметь: - подготовить к выпуску и распространению медиа, рекламной и PR-продукции; Владеть: - навыками производства медиа, рекламной и PR-продукции.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой

Б1.Б.13.5.	Суггестивные технологии в коммерческой сфере	7 зачет	Б1.Б.15.3 Психология массовых коммуникаций	Б1.Б.13.6 Креативные технологии в рекламе Б1.Б.16.5 Маркетинговые исследования
------------	--	------------	---	---

14. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.13.6. Креативные технологии в
рекламе»
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения:

Цель освоения: ознакомление студентов с современными концепциями творчества и формирование компетенций руководства творческой деятельностью при решении профессиональных задач, изучение теоретических основ креативного подхода в создании рекламы, освоение основных знаний и умений профессиональной работы, а также раскрытие возможностей ее прикладного применения на рекламном, медийном и PR-рынках г.Якутска.

Краткое содержание дисциплины:

Актуальные проблемы теории творчества. Теория творчества, творческой деятельности. Специалист по рекламе и связям с общественностью как творческая личность: творческие способности, творческие качества. Технологии диагностики уровня творческого развития. Креативное мышление в рекламе. Методы активации поиска идей. Формулы восприятия. Формирование креативности и обучаемость. Признаки креативности. Эффективность креативных решений. Групповые методы решения творческих задач. Составление проектной документации (креативный бриф, техническое задание)

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы**

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4) компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9), способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12), способностью под контролем осуществлять подготовку к	1. Знать: - этапы творческого процесса, параметры креативности; основные требования к современному PR-специалисту; - основы организации творческого процесса.; - основные качества творческой личности, основные методики определения уровня креативности человека; - обязанности креативной группы 2. Уметь: применять методы поиска творческого решения профессиональных задач; самостоятельно приобретать знания по тематике курса и развивать полученные навыки. работать в малых группах; 3. Владеть: Владеть (методиками) основами теории творчества, спецификой и основными видами деятельности PR -специалиста; практическими навыками решения ситуационных задач; навыками анализа способностей и качеств творческой личности методами активации поиска идей, принципиальные особенности; Владеть практическими навыками практическими навыками решения организации творческого процесса; технологиями творческого решения

выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16)	профессиональных задач; практическими навыками анализа креативности текстов в разных контекстах; навыками составления проектной документации к разработке креативной рекламы
---	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.13.6	Креативные технологии в рекламе	6	Б1.Б.13.1 Основы рекламы Б1.Б.14.3 Основы проектной деятельности Б1.Б.14.2 Правовое регулирование в государственной и муниципальной сфере Б1.Б.14.4 Креативные технологии в связях с общественностью	Б1.Б.18.1 Реклама и связи с общественностью в государственных и муниципальных структурах Б1.Б.18.2 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях Б1.Б.18.3 Реклама и связи с общественностью в образовании Б1.Б.18.4 Реклама и связи с общественностью в политике Б1.В.ДВ.7.1 Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью Б1.В.ДВ.7.2 Реклама и связи с общественностью в киноиндустрии Б1.В.ДВ.9.1 Реклама и связи с общественностью в бизнесе Б1.В.ДВ.9.3 Связи с общественностью в социальной сфере (сеть СВФУ)

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины Б.1.Б.14.1 Основы связей с общественностью

Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цели: изучить теоретические основы связей с общественностью и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик, познакомить студентов с историей становления и базовыми принципами организации современной индустрии связей с общественностью. В результате студент должен иметь представление об отраслевых и национально-культурных особенностях реализации PR-деятельности; освоить основные методы и средства работы с арсеналом средств коммуникативного воздействия.

Краткое содержание дисциплины: Связи с общественностью: определения, структура, функции.

Исторические особенности становления и развития индустрии PR. Способы информационного взаимодействия в связях с общественностью. Каналы коммуникации и PR-инструментарий. Формы организации PR-деятельности. Правовое поле и профессиональная этика PR - деятельности. Планирование, реализация и оценка эффективности PR-деятельности. Особенности связей с общественностью в различных сферах человеческой жизнедеятельности (некоммерческой, государственной, политической, бизнес-сфере).

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; ПК-4: владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знать: знать основную терминологию связей с общественностью, основные средства PR, каналы коммуникации, основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России; знать основные тенденции развития мирового PR; знать особенности развития связей с общественностью в современной России. Уметь: анализировать PR-деятельность в различных сферах человеческой жизнедеятельности и определять ее специфику (некоммерческой, государственной, политической, бизнес-сфере). Владеть (методиками): основными методами определения целевой аудитории, методами оценки эффективности PR-деятельности. Владеть практическими навыками: использования PR- средств в практической деятельности по связям с общественностью.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б.14.1	Основы связей с общественностью	2	Б1.Б12.1. Введение в медиакommunikации	Б1.Б.18.4 Современные коммуникационные кампании

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б1.Б.14.2. Правовое регулирование в коммерческой сфере
Трудоемкость 3 з.е.

1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование регулятивного компонента профессионального сознания будущего бакалавра по рекламе и связям с общественностью, а также знаний, навыков, умений в сфере правового и этического регулирования в государственной и муниципальной сфере.

Краткое содержание дисциплины:

Правовая подготовка студентов в сфере общественных коммуникаций, изучение правовых основ регулирования рекламной и PR-деятельности, позиционирования, законодательства, регулирующего выборы, авторского права, правового положения участников рекламной деятельности, прав потребителей, основных договоров, применяемых в рекламе, юридической ответственности участников рекламного процесса за правонарушения в государственной и муниципальной сфере.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4)	Знать: -теоретические основы государственных и правовых явлений общественной жизни -общечеловеческие принципы гуманизма и справедливости, равенства и свободы личности, ее чести и достоинства -причины происхождения государства и права Уметь: -отличать законы от подзаконных актов -определять цели нормативно-правовых актов Владеть: -навыками составления глоссария по нормативно-правовым актам -методами информационного поиска
Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);	Знать: -закономерности организации работы и технологических этапов в области рекламы и связей с общественностью; - основные требования к современному PR-специалисту; - историю развития рекламы и связей с общественностью как видов профессиональной деятельности человека; - основные средства связей с общественностью и рекламы; Уметь: -использовать понятийный аппарат и фактические данные в области рекламы и связей с общественностью в профессиональной деятельности; - использовать различные средства рекламы и связей с общественностью в профессиональной деятельности; - самостоятельно приобретать знания по тематике курса и развивать полученные навыки.

	Владеть: - базовым опытом решения профессиональных проблем, в соответствии с профилем образования; - основными теоретическими знаниями, необходимыми современным специалистам в области связей с общественностью при планировании и организации профессиональной деятельности. Владеть практическими навыками: - решения ситуационных задач.
Владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4)	Знать: - о специфике проектной документации в рекламе и связях с общественностью Уметь: - составлять проектную документацию Владеть: - методами написания проектной документации
Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	Знать: - работу в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве Уметь: - использовать понятийный аппарат и фактические данные маркетинга, рекламы и связей с общественностью, осуществлять работу рекламного и маркетингового отдела, рекламного агентства, отдела по связям с общественностью Владеть: - первичными навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве в соответствии с профилем образования.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр р изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б.14.2.	Правовое регулирование в коммерческой сфере	3	Б1.Б.7. Основы права. Б1.Б.13.1. Основы рекламы. Б1.Б.15.1. Основы теории коммуникации.	Б1.Б.18.1. Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере. Б1.Б.18.2. Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях. Б1.Б.18.3. Реклама и связи с общественностью в образовании. Б1.Б.18.4. Реклама и связи с

				общественностью в туризме. Б1.В.ОД.1.3. Предпринимательство в коммерческой сфере. Б1.В.ДВ.В.9.1. PR-технологии в общественных коммуникациях. Б1.В.ДВ.В.9.3. PR в социальной сфере. Б.2.У.1. Учебно- ознакомительная практика. Б.2.П.2. Организационно- управленческая практика. Б.2.П.3. Проектная практика. Б.2П.4. Преддипломная практика. Б.2.Н.1. Научно- исследовательская работа. Б3. Государственная итоговая аттестация
--	--	--	--	--

4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б1.Б.14.3 Основы проектной
деятельности
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование представлений о проектной деятельности, умений применять на практике полученные знания для реализации проектной деятельности, владеть методикой реализации рекламных и PR-проектов в различных сферах.

Задачи:

изучение основных представлений о проектировании; получение системного комплекса знаний о технологии проектирования; рассмотрение функций проектирования и его воздействия на целевые группы; изучение зависимостей между проектированием и коммуникациями; определение места, роли, значения проектирования в системе рекламы, медиа, PR, включая технологию проектирования, применяемую в новых медиа и социальных сетях; получение студентами практических навыков проектирования.

Краткое содержание дисциплины: Курс дисциплины «Основы проектной деятельности» призван привить студентам понимание основ проектной деятельности. Общеуниверситетский курс включает в себя рассмотрение ряда вопросов, от изучения базовых понятий проектирования до исследования отдельных областей, представляющих для науки особый интерес.

В рамках дисциплины рассматриваются следующие вопросы: история возникновения и развития проектирования, субъекты и типология проектирования, условия проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью. Особое внимание уделяется темам классификации проектов в области рекламы, связей с общественностью, составления базовых документов для проекта (технически-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, клиентский бриф, соглашение, договор, контракт), ответственность команды проекта. Таким образом, в процессе изучения курса у студентов формируется понимание природы и необходимости осуществления проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью в современных условиях.

Предлагаемые в данном курсе конкретные ситуации – кейсы направлены на предоставление студентам возможности работы в группе на едином проблемном поле; на использование структурированной информации, снижающей степень неопределенности; на возможность более

глубокого понимания теоретических концепций и их истоков; на выработку навыков простейшего обобщения.

Особое внимание уделяется теме методики реализации рекламного, PR-проекта. Таким образом, в процессе изучения курса у слушателей формируются знания, умения и навыки его разработки. Самостоятельная работа студентов подразумевает написание курсового проекта; подготовку к устным опросам; решение кейсов; составление социологического исследования.

В программе курса представлен список основной, дополнительной литературы и информационное сопровождение, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
- способностью 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); - владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4); - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5)	<i>Обучающийся должен знать:</i> • место проектирования в системе рекламы и PR; • современное состояние проектирования; • термины и составляющие проектной деятельности; • требования к разработке проекта, его ролевую функцию при воздействии на различные аудитории; <i>уметь:</i> • совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень; • систематизировать, архивировать и анализировать полученную информацию; • самостоятельно приобретать новые знания и умения разработки проектов в коммерческой сфере; • осуществлять проектную деятельность в бизнесе; • разработать и реализовать коммерческий проект; <i>Владеть:</i> • методами реализации проекта; • практическими навыками подготовки проектной документации.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б.14.3	Основы проектной деятельности	4	Б1.Б.9. Основы учебной научно-исследовательской деятельности Б1.Б.13.1	Б1.В.ОД.2.1 Организация рекламных и PR-мероприятий в коммерческой сфере Б1.Б.14.4 Креативные технологии в связях с общественностью Б1.Б.18.1 Реклама и связи с общественностью в государственных и муниципальных структурах

			Основ ырекламы Б1.Б.13.2 Основы связей с общественност ью	Б1.Б.18.2 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях Б1.В.ОД.2.3 Организация кампаний по рекламе и связям с общественностью Б1.В.ОД.2 Рекламные и PR-технологии в системе государственного и муниципального управления
--	--	--	---	--

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.14.4 Креативные технологии в связях с общественностью
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: ознакомление студентов с современными концепциями творчества и формирование компетенций руководства творческой деятельностью при решении профессиональных задач.

Краткое содержание дисциплины: Актуальные проблемы теории творчества. Теория творчества, творческой деятельности ПР-специалиста. ПР-специалист как творческая личность: творческие способности. ПР-специалист как творческая личность: творческие качества. Технологии диагностики уровня творческого развития ПР-специалиста. Групповые методы решения творческих задач.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы**

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	1. Знать: основные требования к современному ПР-специалисту; основы организации творческого процесса ПР-специалиста. 2. Уметь: применять методы поиска творческого решения профессиональных задач; самостоятельно приобретать знания по тематике курса и развивать полученные навыки. 3. Владеть: основами теории творчества, спецификой и основными видами деятельности ПР-специалиста; практическими навыками решения ситуационных задач; навыками анализа способностей и качеств творческой личности
ПК-4 владение навыками подготовки проектной документации (техническое экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	1. Знать: основные качества творческой личности ПР-специалиста; основные методики определения уровня креативности человека. 2. Уметь: решать профессиональные творческие задачи; самостоятельно приобретать знания по тематике курса и развивать полученные навыки. 3. Владеть: практическими навыками решения организации творческого процесса; технологиями творческого решения профессиональных задач

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.14.4	Креативные технологии в связях с общественностью	5	Б.1.Б.13.6. Креативные технологии в рекламе	Б.1.Б.18 Реклама и связи с общественностью в различных сферах

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.14.5 Брендинг
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование представлений студентов о теоретических аспектах брендинга, необходимых для принятия управленческих решений, направленных на повышение эффективности коммерческого бренда; разработки стратегического плана его продвижения.

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические аспекты технологии брендинга. Основные определения, классификация брендов, модели брендинга, страновой брендинг. Маркетинговые исследования в брендинге. Сегментирование потребителей в брендинге. Позиционирование брендов. Система идентичности бренда. Атрибуты бренда. Правовые основы брендинга. Основные подходы к разработке портфеля брендов компании. Управление лояльностью потребителей бренда. Марочный капитал. Продвижение брендов. Международный брендинг ТНК.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ПК-6: способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации. ПК-7: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: основные понятия и инструменты современного брендинга; основы стратегического брендинга; методы создания корпоративного бренд-менеджмента; виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности коммерческого бренда; Уметь: самостоятельно проводить оценку бренда; на основе анализа конкурентноспособности создавать бренд предприятия; разрабатывать стратегические планы продвижения бренда; внедрять результаты анализа эффективности бренда торговой организации. Владеть: понятийным аппаратом в области брендинга; основными технологиями брендинга; навыками применения современных инструментов брендинга для решения практических задач; современными методами сбора, обработки, анализа и интерпретации информации для проведения аудита бренда; технологиями ребрендинга; методами разработки и реализации маркетинговых программ.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля),	Семе	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик
--------	-----------------------------------	------	---

	практики	стр изуче ния	на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.14.5.	Брендинг	6	Б1.Б.13.1 Основы рекламы, Б.1.Б.16.1. Основы маркетинга	Б1.Б.18.1 Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, Б1.В.ОД.2.2 Медиапланирование, Б1.В.ОД.1.4 Менеджмент и маркетинг в связях с общественностью

1.4. **Язык преподавания:** русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.15.1 Основы теории
коммуникации
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины:

Цели: целью данного курса является ознакомление с историей возникновения и развития различных теорий массовой коммуникации как видом деятельности и социальным процессом, а также современными теориями коммуникаций. Применительно к подготовке специалиста в сфере медиакоммуникаций в курсе «Основы теории коммуникации» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых этим видом деятельности.

Краткое содержание дисциплины: Теория коммуникации как научная и учебная дисциплина. Объект и предмет теории коммуникации. Междисциплинарный характер теории коммуникации. Информация и информационная деятельность. Социальная информация. Антропогенез и социальная коммуникация. Исторические этапы в развитии коммуникаций. Формирование информационного общества. Теоретические концепции и модели коммуникации. Коммуникация как процесс и структура. Семиотика коммуникации. Виды коммуникации: вербальная и невербальная коммуникация. Субъекты коммуникации: адресат и адресант. Языковая и коммуникативная личность. Уровни коммуникации. Динамика коммуникативных процессов в современной России. Новые коммуникативные технологии и профессии.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
---	---

ОПК-4: умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: знать основную терминологию теории коммуникации, основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру, функции и важнейшие характеристики коммуникативного процесса, виды, средства, формы и методы коммуникации. Уметь: вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по всем возможным критериям типологизации, собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области медиа. Владеть (методиками): методами исследования актов коммуникации. Владеть практическими навыками: использования эффективных приемов и методов профессиональной массово-коммуникативной деятельности.
ПК-6: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.15.1	Основы теории коммуникации	2	Б1.Б12.5 История медиакоммуникаций	Б1.Б.18.4 Современные коммуникационные кампании

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.Б.15.2. Социология массовых коммуникаций

Трудоемкость 4 з.е.

1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: - дать теоретическое и методологическое обоснование взаимодействия социальных структур общества и коммуникативных систем различных уровней; научить грамотно выявлять взаимосвязь факторов, обуславливающих адекватную передачу и восприятие социально значимой информации в межличностной и массовой коммуникации; привить навыки использования социологического анализа в реальной профессиональной работе; дать представление о современных теориях информационного общества и показать значимость коммуникативных параметров в современной социологической теории.

Краткое содержание дисциплины:

Уровень освоения курса позволит применять навыки социологического анализа в реальной профессиональной работе, выступать в качестве заказчика социологических исследований в области продвижения к потребителю определенной идеи.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
---	---

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)	Знать: - основные понятия теории межкультурной коммуникации и ее виды; - направления развития межкультурной коммуникации; - способы разрешения межкультурных конфликтов; - роль межкультурной коммуникации в разных сферах человеческой деятельности. Уметь: - пользоваться методами обучения межкультурной коммуникации; - решать конфликты в процессе межкультурной коммуникации. Владеть практическими навыками: - навыками межкультурного общения; - методами межкультурной коммуникации.
умением планировать и организовать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);	Знать: - теоретические и методологические основы планирования и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; - особенности организации коммуникационных кампаний и мероприятий в различных сферах общественной жизни (государственный, коммерческий, социальный сектор); - основные средства связей с общественностью и рекламы в реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: - использовать различные методы исследований при составлении плана кампаний и мероприятий; - рассчитывать бюджет коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеть: - основными теоретическими знаниями, необходимыми современным специалистам в области связей с общественностью при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеть практическими навыками: - организации коммуникационных кампаний и мероприятий; - выработки нестандартных решений;
Способностью организовать и проводить социологические исследования (ПК-10)	Знать: - теоретические и методологические основы исследования системы массовой коммуникации как социального явления и социального процесса; - особенности информационного влияния массовой коммуникации на различные социальные структуры; - основные методы исследования системы массовой коммуникации и аудитории как объекта ее воздействия; Уметь: - анализировать деятельность системы массовой коммуникации; - вычленять в системе массовой коммуникации основные содержательные и функциональные составляющие; Владеть: - методами, позволяющими вести эмпирические исследования аудитории и системы массовой коммуникации с целью оптимизации ее деятельности; - основными теоретическими знаниями, необходимыми современным специалистам в области связей с общественностью.

Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)	Знать: -особенности и структуру таких документов, как экспертное заключение и отчет; Уметь: -составить такие документы, как экспертное заключение и отчет; Владеть: -навыками написания экспертных заключений и отчетов
--	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.15.2.	Социология массовых коммуникаций	3	Б1.Б.10. Социология. Б1.Б.11.1. Устное народное творчество. Б1.Б.11.2. Основы православной культуры. Б1.Б.11.3 Основы мировой художественной культуры. Б.1.Б.15.1. Основы теории коммуникации. Б.1.Б.16.1. Основы маркетинга. Б.1.Б.16.2. Основы менеджмента.	Б1.Б.14.5.Брендинг Б.1.Б.15.3. Психология массовых коммуникаций. Б.1.Б.16.4.Управление персоналом. Б.1.Б.16.5. Маркетинговые исследования. Б.1.Б.16.6. Ситуационный анализ. Б1.В.ДВ.8.2. Основы журналистской деятельности. Б1.В.ДВ.В.11.1. Межкультурная коммуникация в PR. Б.2.П.2. Организационно-управленческая практика. Б.2.П.3. Проектная практика. Б.2П.4. Преддипломная практика. Б.2.Н.1. Научно-исследовательская работа. Б3. Государственная итоговая аттестация

4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.Б.15.3 Психология массовых коммуникаций Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

является знакомство с теоретическими и практическими аспектами психологии массовой коммуникации и массмедиа; овладение теоретическим и методологическим обоснованием психологического взаимодействия социальных структур общества, способами выявления взаимосвязи факторов, обуславливающих адекватную передачу и восприятие в процессе коммуникации. Для реализации этой цели ставятся следующие задачи:

- 1) Знакомство с понятиями теории коммуникации, теоретическими направлениями и подходами в исследовании психологии массовой коммуникации и массмедиа.
- 2) Формирование представлений о сущности психологической глобализации коммуникативных процессов, их проблематике, факторах становления и развития информационного общества.
- 3) Выработка практических навыков по использованию основных психологических методов исследования коммуникативных процессов в сферах межличностного, группового и массового взаимодействия, а также диагностике проблем межличностной и организационно-групповой коммуникации

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОК-6: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: - теоретические и методологические основы эффективной профессиональной деятельности; - особенности бесконфликтной работы в коллективе в сфере рекламы и связей с общественностью; - основные приемы и методы продуктивной работы в коллективе, методы сплочения команды; Уметь: - анализировать деятельность группы в сфере массовой коммуникации; - применять профессиональные качества в работе с коллективом; Владеть: - методами, позволяющими продуктивно работать в коллективе, методами сплочения команды для оптимизации ее деятельности; - основными теоретическими знаниями, необходимыми современным специалистам в области рекламы и связей с общественностью для эффективной командной работы
ОПК-4: умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: - работу в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве Уметь: - использовать понятийный аппарат и фактические данные маркетинга, рекламы и связей с общественностью, осуществлять работу рекламного отдела, рекламного агентства, отдела по связям с общественностью Владеть:

	-первичными навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве в соответствии с профилем образования
ПК-6: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: -закономерности организации работы и технологических этапов в области рекламы и связей с общественностью -принцип работы рекламных и ПР-служб организации Уметь: -использовать понятийный аппарат и фактические данные в области рекламы и связей с общественностью в профессиональной деятельности -осуществить оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой и деятельностью по связям с общественностью -проводить мероприятия по повышению имиджа организации и продвижения товаров и услуг фирмы на рынок Владеть: -базовым опытом решения профессиональных проблем, в соответствии с профилем образования -навыками оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью -дискуссии, деловые игры -самостоятельная работа (проектная деятельность) -выполнение курсовых и выпускных квалификационных работ
ПК-7: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: -работу в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве Уметь: -использовать понятийный аппарат и фактические данные маркетинга, рекламы и связей с общественностью, осуществлять работу рекламного отдела, рекламного агентства, отдела по связям с общественностью Владеть: -первичными навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве в соответствии с профилем образования

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.15.3	Психология массовых коммуникаций	3 зачет	Б1.Б.1 Философия	Б1.Б.15.2 Социология массовых коммуникаций

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.15.4 Конфликтология в коммерческой
сфере
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины:

Цели: побуждение студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных особенностям общения в конфликтогенной среде, формирование и развитие у студентов конфликтологической культуры, формирование навыков грамотной работы с информацией.

Краткое содержание дисциплины: Общая теория конфликтов. Основные разновидности конфликтов. Управление конфликтами. Формирование конфликтологической культуры бакалавра. Медиация: история возникновения, основные принципы и методы. Информационные войны в современном мире. Методы ведения медиа-войны и способы противостояния.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-5: умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия, ПК-3: владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знать: знать основную терминологию конфликтологии, причины конфликтов и пути их преодоления, закономерности конфликтного и неконфликтного поведения, возможности управления нестандартной ситуацией и оказания позитивного влияния на окружающих в медиа-среде. Уметь: анализировать конфликты в коммерческой сфере, прогнозировать развитие конфликтной ситуации Владеть (методиками): методами исследования конфликтов: структурно-функциональным, процессуально-динамическим, методом типологизации, прогностическим методом. Владеть практическими навыками: противостояния методам информационных войн, навыками успешного ведения переговоров с использованием различных приемов профилактики, управления и разрешения конфликтных ситуаций.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б15.4	Конфликтология в системе государственного и муниципального	5	Б1.Б 15.1. Основы теории коммуникации	Б 1.В.ДВ.5.1 Деловое общение в системе государственного и муниципального управления

	управления			
--	------------	--	--	--

1.4. Язык преподавания: русский.

Аннотация
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.16.1. «Основы маркетинга»
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование представлений о теоретических основах маркетинга, рыночных возможностях фирмы, маркетинг-миксе фирмы, планировании и контроле в маркетинговой деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Теоретические основы маркетинга. 1.1. Социально-экономическая сущность маркетинга. Основные понятия. Концепции маркетинга. Цели и задачи маркетинга. 1.2. Маркетинг и окружающая среда. Основные факторы микросреды. Факторы макросреды. 1.3. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Понятие маркетингового исследования. Концепция и состав маркетинговой информации. Методика маркетинговых исследований. Бенчмаркинг.

Модуль 2. Рыночные возможности фирмы. 2.1. Рынок конечных потребителей и покупательское поведение. Модель покупательского поведения. Характеристики покупателей. Процесс принятия решений о покупке. Особенности принятия решения о покупке товара-новинки. 2.2. Исследования товарных рынков. 2.3. Сегментирование рынка и выбор целевого сегмента. Концепция маркетинга. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товаров и услуг на рынке.

Модуль 3. Маркетинг-микс фирмы. 3.1. Товар и товарная политика. Классификация товаров. Упаковка, маркировка товара и сервисные услуги для покупателей. Товарный ассортимент и номенклатура. Стратегии разработки новых товаров. Этапы жизненного цикла товаров. 3.2. Конкурентноспособность и качество товара. 3.3. Ценовая политика и ценообразование. Проблемы и условия ценообразования. Факторы ценообразования. Стратегия и тактика ценообразования. 3.4. Товародвижение и дистрибуция. Каналы распределения товаров и услуг. Структура и управление каналами распределения. Товародвижение. Оптовая и розничная торговля.

3.5. Маркетинговые коммуникации. Проблемы, стратегии и методы маркетинговых коммуникаций. Комплекс стимулирования. Реклама. Стимулирование сбыта.

Модуль 4. Маркетинг в разных сферах. 4.1. Международный маркетинг. Основное содержание и цели международного маркетинга. Тенденции и среда международного маркетинга. Целесообразность выхода на внешний рынок. Маркетинговые исследования в международном маркетинге. 4.2. Маркетинг сферы услуг. Виды и технологии услуг. Особенности маркетинга услуг. Некоммерческий маркетинг. Маркетинг образования.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;	Знать: - основы гуманитарных, социально-экономических, математических и естественнонаучных дисциплин для решения профессиональных, социальных, научных и педагогических задач; - законы функционирования рынка и средств его регулирования; - подходы к разработке товарной и коммуникационной политики фирмы; стратегии сбыта, каналы распределения и организацию системы

ПК-9: способность проводить маркетинговые исследования.	товародвижения и продаж; Уметь: - анализировать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых товаров и услуг; - использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач; - создавать систему коммуникаций по продвижению товаров и услуг, формировать имидж предприятия; Владеть: - основными понятиями в сфере маркетинга; - принципами сегментации рынков и выбора целевых сегментов; - методикой изучения поведения потребителей; выявлением требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг; - анализом внутренней среды предприятия, определением слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия; - анализом изучения конкурентной среды с учетом изменений политики государства, конкурентоспособности, скорости реализации, факторов, влияющих на сбыт; - приемами стимулирования сбыта (продаж).
---	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.16.1.	Основы маркетинга	2	Б1.Б.13.1 Основы рекламы	Б1.Б.16.5 Маркетинговые исследования, Б1.Б.18.1 Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, Б1.Б.18.2 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях, Б1.В.ОД.1.1 Коммерция, Б1.В.ОД.2 Рекламные и PR-технологии в коммерческой сфере, Б1.В.ОД.2.2 Медиапланирование, Б1.В.ОД.1.3 Предпринимательство в коммерческой сфере, Б1.В.ОД.1.4 Менеджмент и маркетинг в связях с общественностью, Б1.Б.14.5 Брендинг

1.4. Язык преподавания: русский

Аннотация
к рабочей программе
дисциплины Б.1.Б.16.2.
«Основы менеджмента»

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование знаний о природе и сущности всего спектра отношений управления как определенного фактора организационной эффективности.

Краткое содержание дисциплины:

Модуль 1. Человек и организация. Общая характеристика системы менеджмента.

Содержание, предмет и метод курса «Менеджмент», его место в системе смежных дисциплин. Менеджмент - как вид деятельности. Понятие системы. Свойства и виды систем. Основные законы и принципы управления. Характеристика основных функций управления. Классификация функций менеджмента. Характеристика основных методов управления. Взаимодействие человека и организации. Взаимодействие человека и группы. Подходы к установлению взаимодействия человека и организации. Ролевой аспект взаимодействия человека и организации. Личностный аспект взаимодействия человека и организационного окружения. Мотивация деятельности. Общая характеристика мотивации как функции управления. Теории содержания мотивации. Процессуальные теории мотивации. Современные мотивационные теории

Модуль 2. Стратегия организации. Стратегическое управление организацией. Общая характеристика стратегического управления. Анализ внутренней и внешней среды. Миссия и цели организации.

Модуль 3. Построение организации. Проектирование работ в организации. Функции управления организацией. Проектирование работы. Модели проектирования работы. Контроль.

Проектирование организации. Факторы проектирования организации. Элементы проектирования организации. Типы организаций и их структуры. Типы организаций по взаимодействию с внешней средой. Типы организаций по взаимодействию подразделений. Типы организаций по взаимодействию с человеком. Новое в типах организаций.

Модуль 4. Организационные процессы. Коммуникации, решения и конфликты. Коммуникации в управлении. Коммуникации в управлении. Принятие решений. Управление конфликтом. Власть и лидерство. Власть и влияние. Основы лидерства. Традиционные концепции лидерства. Концепции ситуационного лидерства. Новое в теориях лидерства.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
---	---

ПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ПК-2: владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.	1. Знать: - основные законы и принципы управления; - подходы к установлению взаимодействия человека и организации; - основные теоретические положения различных концепций мотивации; - систему стратегического управления; - определение миссии и целей организации; - модели проектирования работы; - элементы проектирования организации; - о типах организационной структуры; - модели принятия решений; - структурные методы управления конфликтом; - виды власти и партнерства; - основные концепции лидерства; Уметь: - выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций,
	- предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; - систематизировать и обобщать информацию; - использовать информационные технологии для решения экономических задач на предприятии; - анализировать информацию о системе управления конкретного предприятия; - составлять иерархию целей конкретного предприятия; - оценивать степень влияния отдельных факторов внешней среды на организацию; - составлять мотивационную структуру личности и группы; - оценивать конфликтную ситуацию и предложить мероприятия по ее устранению; - разрабатывать эффективную систему управленческого контроля в организации и соответствующую систему координации деятельности; - оценивать эффективность системы управления в целом и ее отдельных элементов, и предложить приемлемые мероприятия по их совершенствованию. 3. Владеть: - специальной экономической терминологией и лексикой менеджмента; - навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии; - навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере менеджмента; - методами совершенствования организации и управления.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля),	Семе	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик
--------	-----------------------------------	------	---

	практики	стр изуче ния	на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.16.2.	Основы менеджмента	3		Б1.Б.16.4 Управление персоналом, Б1.В.ОД.2.1 Организация рекламных и PR-мероприятий в коммерческой сфере, Б1.Б.19 Организация работы в отделах и агентствах по рекламе и связям с общественностью, Б1.В.ОД.1.3 Предпринимательство в коммерческой сфере, Б1.В.ОД.1.4 Менеджмент и маркетинг в связях с общественностью, Б1.В.ОД.2.3 Организация кампаний по рекламе и связям с общественностью в коммерческой сфере, Б1.В.ДВ.6.2
				Организация работы пресс-службы в коммерческих структурах

1.4. Язык преподавания: русский

. АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.16.3 Профессиональные организации и
объединения по рекламе и связям с общественностью
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: анализ работы международных и российских объединений по рекламе и связям с общественностью, изучение законодательной и этической основы деятельности по рекламе и связям с общественностью.

Задачи:

- изучение основных представлений о профессиональной этике;
- получение системного комплекса знаний о профессиональном сообществе;
- определение места, роли, значения профессионального сообщества в системе рекламы и связей с общественностью.

Краткое содержание дисциплины:

В курсе дисциплины дается анализ работы различных международных и национальных профессиональных организаций в области рекламы и связей с общественностью, обозначается законодательная и этическая основа, деятельности по рекламе и связям с общественностью. Анализируются законы РФ в смежных областях, а также этические Кодексы, выработанные международным и российским профессиональными сообществами, на которых основывается деятельность по связям с общественностью.

Особое внимание в курсе уделяется истории Агентства студентов по связям с общественностью, причинам его возникновения, основным направлениям деятельности. Результатам, к которым оно пришло за время своего существования. Студенты в рамках курса познакомятся с выпускниками – членами студенческого сообщества, обсудят проблемы профессии, получат мастер – класс от практикующих специалистов г. Якутска.

В процессе освоения курса предусматривается написание контрольных работ и обсуждение практических вопросов в рамках дискуссионного семинара, проблемного коллоквиума.

В программе курса представлен список основной, дополнительной литературы и информационное сопровождение, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	<i>Обучающийся должен знать:</i> • место профессиональной этики в системе ценностей; • кодексы профессионального поведения; • термины и составляющие профессионального сообщества; • требования к профессиональной подготовке выпускников; <i>уметь:</i> • совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень; • самостоятельно приобретать новые знания и умения профессиональной деятельности; • планировать профессиональную деятельность с учётом отраслевого
	спроса; • провести коммуникационный аудит своей профессиональной деятельности; <i>Владеть:</i> • технологией подготовки портфолио; • практическими навыками осуществления профессиональной деятельности.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.16.3	Профессиональные организации и объединения по рекламе и связям с общественностью	4	Б1.Б.6 История Б1.Б.7 Основы права Б1.Б.11.2 Основы православной культуры Б1.Б.13.2 История рекламы	Б1.Б.18.2Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях Б1.В.ДВ.6.1Современные международные отношения

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.16.4 «Управление персоналом»
Трудоемкость _4_ з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины:

Цели: Цели изучения дисциплины «Управление персоналом в сфере массовых коммуникаций»: формирование и развитие управленческой культуры студентов, побуждение студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных проблемам управления персоналом в сфере общественных коммуникаций; выработка у студентов собственных идей по решению данных проблем

Краткое содержание дисциплины: Место и роль управления персоналом в системе управления организацией. Организационная структура и организационная культура. Организация и внешняя среда. Управление персоналом в системе управления организацией. Управление социальным развитием организации. Планирование трудовых ресурсов в сфере массовых коммуникаций. Набор и оценка персонала рекламных и PR- отделов, агентств и компаний.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4: умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия ПК-3: владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами ПК-15: владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать: теоретические основы управления персоналом, управления социальным развитием организации значение управления персоналом в сфере массовых коммуникаций, этапы развития теории и практики управления персоналом, стили руководства и виды карьеры, принципы формирования резервов руководящих кадров. Уметь: планировать трудовые ресурсы в рекламных и PR-отделах, агентствах и компаниях, осуществлять набор персонала, производить оценку (аттестацию) персонала сферы массовых коммуникаций. Владеть: навыками принятия управленческих решений, использования методов оценки персонала в сфере массовых коммуникаций.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семес-тр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.16.4	Управление персоналом	5	Б 1.Б.6.2 Основы менеджмента	Б 1.В.ДВ.5.1 Деловое общение в коммерческой сфере

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.Б.16.5. Маркетинговые исследования Трудоемкость 3 з.е.

1.2. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование знаний обучающихся в сфере маркетинговых исследований, развитие практических навыков исследования, а также обретение опыта интерпретации полученных данных.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие и задачи маркетингового исследования. Предмет маркетингового исследования. Роль маркетинга в рыночной деятельности. Понятие маркетингового исследования. Основные методы маркетингового исследования. Структура и типология маркетингового исследования. Комплексная модель маркетингового исследования. Разработка плана маркетингового исследования. Цели и задачи маркетингового исследования. Организационная система маркетингового исследования. Организационная структура маркетингового исследования.

Информация в маркетинге и маркетинговом исследовании. Роль информации в маркетинговом исследовании. Структура маркетинговой информации. Опросы в маркетинговом исследовании.

Маркетинговый анализ: принципы и методы. Методология анализа в маркетинговом исследовании. Ситуационный анализ рынка. Анализ масштаба и потенциала рынка. Анализ структуры рынка.

Прикладные вопросы маркетинговых исследований.

Исследование внешней предпринимательской среды. Исследование рынков. Изучение потребителей. Понятия покупательского поведения и решения о покупке. Покупательский спрос и потребности покупателей. Маркетинговые модели покупательского поведения. Изучение нового товара. Изучение цен. Маркетинговые исследования рекламной деятельности. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе.

Прогнозирование маркетинговых исследований. Общая характеристика методов прогнозирования, применяемых в маркетинговых исследованиях. Прогнозирование спроса и объема продаж на основе статистических методов.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ПК-9: способность проводить маркетинговые исследования.	Знать: цели и задачи маркетинговых исследований; методические основы организации и проведения маркетингового исследования: методологию исследования, аналитические модели, поисковые вопросы, влияющие на разработку плана исследования. Уметь: разрабатывать план маркетингового исследования; разрабатывать анкету для опроса респондентов; сегментировать рынок и определять целевые сегменты рынка; использовать маркетинговые модели и матрицы для анализа деятельности компании; использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры. Владеть: спецификой маркетинговых исследований в связях с общественностью; навыками исследования, необходимых в сфере маркетинга; навыками работы с источниками информации о рынке связей с общественностью; методикой проведения маркетинговых

	исследований; методами изучения и прогнозирования рыночных
	явлений и процессов, получения выводов, необходимых для принятия маркетинговых решений и разработки соответствующих рекомендаций.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.16.5.	Маркетинговые исследования	6	Б.1.Б.16.1. Основы маркетинга, Б1.Б.13.1 Основы рекламы	Б1.В.ОД.2.2 Медиапланирование, Б1.В.ОД.1.4 Менеджмент и маркетинг в связях с общественностью, Б1.Б.14.5 Брендинг

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.Б.16.6 Ситуационный анализ Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование представлений о ситуационном анализе, умений применять на практике полученные знания для анализа ситуации, владеть методикой ситуационного анализа, повышение конкурентоспособности обучающихся за счет свободного владения теоретическим и практическим материалом, способностью осуществлять ситуационный анализ рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

- изучение основных представлений о ситуации;
- создание системных представлений о методологии ситуационного анализа;
- формирование общего представления о целях и методах анализа ситуации, знаний особенностей, достоинств и недостатков источников маркетинговой информации для проведения ситуационного анализа;
- обучение ориентироваться в выборе необходимых и достаточных маркетинговых исследований при решении ситуационных задач;
- определение места, роли, значения ситуационного анализа в системе рекламы и PR.

Краткое содержание дисциплины:

Образовательный курс дисциплины «Ситуационный анализ» призван привить студентам понимание методологии ситуационного анализа. Общетеоретический курс включает в себя рассмотрение ряда вопросов, от изучения базовых понятий ситуации до её изучения применительно к медиакоммуникациям современного предприятия.

В рамках дисциплины рассматриваются следующие вопросы: история возникновения и развития анализа ситуации, субъекты и объекты ситуационного анализа, типология ситуаций, условия осуществления ситуационного анализа современных медиакоммуникаций. Особое внимание

уделяется повторению маркетинговых исследований, составлению опросников, анкет и других базовых документов (первичных и вторичных) для проведения маркетинговых исследований, являющихся основой для ситуационного анализа. Таким образом, в процессе изучения курса у студентов формируется понимание природы и необходимости осуществления ситуационного анализа в современных медиакоммуникациях.

Предлагаемые в данном курсе ситуационные задачи направлены на предоставление возможности обучающимся работы в группе на едином проблемном поле; использование структурированной информации о предприятии, снижающей степень неопределенности; закрепление теоретических знаний и выработку навыков простейшего обобщения полученных результатов.

Особое внимание уделяется теме методологии ситуационного анализа. Таким образом, в процессе изучения курса у слушателей формируются знания, умения и навыки его осуществления.

Самостоятельная работа студентов подразумевает решение ситуационных задач; подготовку к устным опросам; проведение маркетингового исследования. Нормативный объем самостоятельной работы студентов для дисциплины составляет 39 ч.

В программе курса представлен список основной, дополнительной литературы и информационное сопровождение, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
- умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); - владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)	<i>Обучающийся должен знать:</i> • термины, типологию, методологию ситуационного анализа; • требования к проведению ситуационного анализа, его ролевую функцию при изучении положения организации; <i>уметь:</i> • совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень; • использовать на практике навыки по проведению ситуационного анализа; • самостоятельно организовать и провести ситуационный анализ организации с помощью различных методов маркетингового исследования; <i>Владеть:</i> • методикой проведения ситуационного анализа; • практическими навыками составления аналитического обзора и ожидаемого прогноза для заказчика.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой

Б.1.Б.16.6	Ситуационный анализ	7	Б1.Б.16.1. Основы маркетинга Б1.Б.16.5 Маркетинговые коммуникации Б1.Б.10 Социология Б1.Б.15.2 Социология массовых коммуникаций Б1.Б.16 Менеджмент и маркетинг в связях с общественностью Б1.В.ОД.2.2 Медиапланирование	-

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.17.1 Телекоммуникационные и компьютерные технологии
Трудоемкость 3 з.е.

1.2. Цель освоения и краткое содержание дисциплины: приобретение систематических знаний в области телекоммуникационных систем и технологий, умений эффективного использования языка программирования для телекоммуникационных систем, ознакомление с основными способами защиты информации в телекоммуникационных сетях.

Краткое содержание: области телекоммуникационных технологий; создание интерактивных приложений для телекоммуникационных систем; технологии создания программных продуктов для телекоммуникационных систем. Аудиоинформация (звук), видеоинформация; программные средства по созданию мультимедийных продуктов.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы**

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-6: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать: виды, формы массовой коммуникации, структуру и функции СМК и СМИ, этические стандарты регулирования взаимоотношений СМИ и общества, требования к информационной безопасности; основные информационно-коммуникационные технологии; содержание и компоненты информационной и библиографической культуры; Уметь: выполнять аналитические и организационные работы с применением информационно-коммуникационных технологий, собирать и систематизировать социальную информацию по массовой коммуникации; решать стандартные задачи профессиональной деятельности Владеть: методами информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач;
ПК-8: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение	Знать: - методику создания текстовых, графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств медиакommunikаций;

рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Уметь: - подготовить к выпуску и распространению медиа, рекламной и PR-продукции; Владеть: - навыками производства медиа, рекламной и PR-продукции.
ПК-16: способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать: - методику создания текстовых, графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств медиакоммуникаций; Уметь: - подготовить к выпуску и распространению медиа, рекламной и PR-продукции; Владеть: - навыками производства медиа, рекламной и PR-продукции

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б.17.1	Телекоммуникационные и компьютерные технологии	3 зачет	Б1.В.ДВ.1.2 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	Б1.Б.14.4 Разработка WEB-сайта

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.Б.17.2 Современные компьютерные технологии

Трудоемкость _3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование научных представлений об информационных технологиях в сетях интернет, имеющих практическое содержание, определяющих профессионализм современного руководителя в области рекламы, усвоение студентами теоретических основ и практических умений и навыков по использованию информационных технологий и их последующей эксплуатации на предприятии.

Краткое содержание дисциплины: Классификация информационных технологий. Виды обеспечений информационных технологий. Программные продукты в рекламной деятельности. Интернет-технологии в рекламной деятельности. Case-технологии в рекламной деятельности. ГИС-технологии. Мультимедиа-технологии. Сетевые технологии. Системы управления предприятием в рекламной деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-6 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать: -особенности использования информационных технологий в рекламе и связях с общественностью; -закономерности организации работы и технологических этапов в области рекламы и связей с общественностью; Уметь: -использовать понятийный аппарат и фактические данные в области рекламы и связей с общественностью в профессиональной деятельности; Владеть: -базовым опытом решения профессиональных проблем, в соответствии с профилем образования
ПК-8: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: - методику создания текстовых, графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств медиакommunikаций; Уметь: - подготовить к выпуску и распространению медиа, рекламной и PR-продукции; Владеть: - навыками производства медиа, рекламной и PR-продукции.
ПК-16: способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать: - методику создания текстовых, графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств медиакommunikаций; Уметь: - подготовить к выпуску и распространению медиа, рекламной и PR-продукции; Владеть: - навыками производства медиа, рекламной и PR-продукции.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой

Б.1.Б.17.2	Современные компьютерные технологии	5 экзам ен	Б1.В.ДВ.1.2 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	Б1.Б.15.2Разработка WEB-сайта
------------	-------------------------------------	---------------	---	-------------------------------

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.17.3 Разработка WEB-сайта
Трудоемкость 3 з.е.

1.3. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Основная цель дисциплины - познакомить студентов с основами web-дизайна. Изучить основы планирования сайта; освоить язык разметки гипертекста HTML; научиться создавать web-страницы с табличной разметкой; узнать об основных законах продвижения сайта.

Результаты изучения дисциплины выражены в профессиональных компетенциях, формируемых по результатам данного курса.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-6: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать: - виды, формы массовой коммуникации, структуру и функции СМИ и СМТ, этические стандарты регулирования взаимоотношений СМИ и общества, требования к информационной безопасности; - основные информационно-коммуникационные технологии; - содержание и компоненты информационной и библиографической культуры; Уметь: - выполнять аналитические и организационные работы с применением информационно-коммуникационных технологий, собирать и систематизировать социальную информацию по массовой коммуникации; - решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; Владеть: методами информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач;

ПК-8: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: - методику создания текстовых, графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств медиакommunikаций; Уметь: - подготовить к выпуску и распространению медиа, рекламной и PR-продукции; Владеть: - навыками производства медиа, рекламной и PR-продукции.
ПК-14: способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать: - специфику проектирования в рекламе и связях с общественностью, основные этапы проектной деятельности Уметь: - осуществлять проектирование рекламного и PR-сопровождения заказчика, организовать работы проектных команд Владеть: - средствами и методами реализации рекламных и PR-проектов
ПК-16: способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать: - методику создания текстовых, графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств медиакommunikаций; Уметь: - подготовить к выпуску и распространению медиа, рекламной и PR-продукции; Владеть: - навыками производства медиа, рекламной и PR-продукции.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается	для которых содержание данной дисциплины (модуля)
			содержание данной дисциплины (модуля)	выступает опорой
Б1.Б.17.3	Разработка WEB-сайта	6 зачет	Б1.В.ДВ.1.2 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	Б1.Б.19 Креативные технологии в связях с общественностью и рекламе

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.Б.17.4 Информационное сопровождение проектной деятельности

Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование умений организовывать электронные сопровождения проектной деятельности

Краткое содержание дисциплины: Классификация информационных технологий. Виды обеспечений информационных технологий. Программные продукты в рекламной деятельности. Интернет-технологии в рекламной деятельности. Case-технологии в рекламной деятельности. ГИС-технологии. Мультимедиа-технологии. Сетевые технологии. Системы управления предприятием в рекламной деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-6: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать: - особенности использования информационных технологий в рекламе и связях с общественностью; - закономерности организации работы и технологических этапов в области рекламы и связей с общественностью; Уметь: - использовать понятийный аппарат и фактические данные в области рекламы и связей с общественностью в профессиональной деятельности; Владеть: - базовым опытом решения профессиональных проблем, в соответствии с профилем образования
ПК-5: способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации	Знать: - специфику проектирования в рекламе и связях с общественностью, основные этапы проектной деятельности Уметь: - осуществлять проектирование рекламного и PR-сопровождения заказчика, организовать работы проектных команд Владеть: - средствами и методами реализации рекламных и PR-проектов
ПК-16: способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать: - методику создания текстовых, графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств медиакommunikаций; Уметь: - подготовить к выпуску и распространению медиа, рекламной и PR-продукции; Владеть: - навыками производства медиа, рекламной и PR-продукции.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля),	Семе	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик
--------	-----------------------------------	------	---

	практики	стр изуче ния	на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б.17.4	Информационное сопровождение проектной деятельности	7 экза мен	Б1.В.ДВ.1.2 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	Б1.Б.15.2Разработка WEB- сайта

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.Б.18.1 «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Трудоемкость _3_з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины:

Цели: побуждение студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных анализу деятельности рекламы и PR в бизнесе и выработка у студентов собственных идей по проблемам рекламной и PR-деятельности в коммерческой сфере и их решению.

Краткое содержание дисциплины: PR и реклама как условие жизнеспособности бизнеса. Возможности рекламы и связей с общественностью в современном бизнесе. PR как культура и философия современного бизнеса. Цели и задачи связей с общественностью и рекламы в бизнесе. Инструментарий связей с общественностью и рекламы в коммерческой сфере. Состояние, условия и перспективы развития связей с общественностью в российском бизнесе.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	1. Знать: Теоретические основы организации рекламной и PR-деятельности в коммерческой сфере, особенности функционирования рекламы и PR в бизнесе. 2. Уметь: Анализировать опыт работы рекламных и PR-структур в органах бизнес-управления; определять состояние и перспективы развития рекламы и связей с общественностью в бизнесе, использовать методы и средства рекламы и PR в коммерческом секторе. 3. Владеть: Навыками эффективного использования рекламного и PR-инструментария в коммерческой сфере.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семес тр изуче ния	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой

Б.1.Б.18.1	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	7	Б.Б1.14.1. Основы связей с общественностью	Б 1.В.ОД.2.3 Организация кампаний по рекламе и связям с общественностью
------------	--	---	--	--

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.Б.18.2 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: состоит в формировании теоретических знаний в области рекламы и связей с общественностью в деятельности некоммерческих организаций (НКО); освоение полученных знаний в процессе осуществления будущей профессиональной деятельности; закрепление на практике сформированных умений для реализации профессиональных задач в НКО.

Задачи:

- изучить основные представления о НКО;
- определить специфику функционирования НКО в современной России;
- выявить специфику рекламы и связей с общественностью как средств воздействия на целевую аудиторию НКО;
- изучить взаимосвязь и зависимость рекламы и связей с общественностью в НКО и КО;
- получить практические навыки применения средств общественных связей, рекламы и медиа в деятельности НКО.

Краткое содержание дисциплины:

Общетеоретический курс дисциплины включает в себя рассмотрение ряда вопросов, от изучения базовых понятий «некоммерческая организация», «реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях» до исследования отдельных областей, представляющих для коммуникалогии особый интерес.

В рамках данной дисциплины рассматриваются следующие вопросы: специфика, природа, история возникновения и развития некоммерческой отрасли, субъекты и объекты рекламы и связей с общественностью в некоммерческой организации, целевые группы.

Особое внимание уделяется методологии рекламного и PR-сопровождения некоммерческих организаций, и изучению рекламных и PR-технологий в некоммерческом секторе. Таким образом, в процессе изучения курса у слушателей формируется понимание природы и необходимости использования рекламной и PR-коммуникации в деятельности некоммерческих предприятий.

Предлагаемые в данном курсе конкретные ситуации – кейсы направлены на предоставление возможности обучающимся работать в группах, использование полученной от преподавателя информации, снижающей уровень неопределенности, развитие умений и навыков систематизации и обобщения результатов работы.

Нормативный объем самостоятельной работы студентов для дисциплины составляет 46 ч.

В программе курса также представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемой в ходе изучения дисциплины.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
---	---

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)	<i>Обучающийся должен знать:</i> • современное состояние рекламы и связей с общественностью в НКО; • понятийный аппарат курса дисциплины РСО в НКО; <i>уметь:</i> • совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень; • использовать на практике навыки по решению общественно значимых проблем средствами рекламы и связей с общественностью; • самостоятельно приобретать новые знания и умения по реализации некоммерческих проектов; <i>Владеть:</i> • методикой разработки некоммерческого проекта и его коммуникационного сопровождения; • практическими навыками выявления и решения актуальных социальных проблем.
--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б.18.2	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	6	Б1.Б.14.1 Основы связей с общественностью Б1.Б.14.2 Основы рекламы	Б1.В.ДВ.9.3 Связи с общественностью в социальной сфере Б1.В.ДВ.7.1 Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью Б1.Б.18.3 Реклама и связи с общественностью в образовании Б1.Б.18.4 Реклама и связи с общественностью в политике Б1.Б.19 Организация работы в отделах и агентствах по рекламе и связям с общественностью Б1.В.ОД.2.3 Организация кампаний по рекламе и связям с общественностью Б1.В.ДВ.5.1 Деловое общение в системе государственного и муниципального управления Б1.В.ДВ.6.2 Организация работы пресс-службы в государственных структурах Б1.В.ДВ.7.1 Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б 18.3 Реклама и связи с общественностью в образовании
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цели: побуждение студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных особенностям применения рекламы и PR в сфере образования и выработка у студентов собственных идей по решению проблем организации рекламного и PR-сопровождения деятельности в данной сфере.

Краткое содержание дисциплины: Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций в образовательной сфере. Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций в образовательной сфере. Роль, цели и задачи использования рекламы и PR в образовании. Специфика применения PR-технологий в бюджетном и коммерческом секторе образования. Бренды в образовании. Перспективы развития PR в образовании.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах ПК-14: владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать: Теоретические основы организации PR-деятельности в сфере образования, особенности функционирования PR в образовании и организации PR-кампаний в данной сфере. Уметь: Анализировать PR-деятельность образовательных учреждений; определять состояние и перспективы развития рекламы и связей с общественностью в образовании, использовать методы и средства рекламы и PR в данном секторе. Владеть: Навыками эффективного использования рекламного и PR-инструментария в сфере образования Владеть (методиками): методами оценки эффективности рекламного и PR-сопровождения деятельности образовательного учреждения.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.Б 18.3	«Реклама и связи с общественностью в образовании»	7	Б 1.Б.14.1 Основы связей с общественностью	Б1.В.ОД.2.3. Организация кампаний по рекламе и связям с общественностью

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.18.4 Реклама и связи с общественностью в туризме
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целями изучения дисциплины являются формирование навыков продвижения туристических услуг и повышения имиджа тур. фирмы при помощи рекламных и PR- технологий.

Краткое содержание: анализ рекламной стратегии зарубежной и российской туристской компании по предоставленным критериям; разработка сценария проведения фокус-группы для измерения эффективности реализованной рекламной кампании любого тур. Агентства, разработка веб-сайта для определенной тур. фирмы и его презентация, анализ рекламной кампании продвижения любой туристической фирмы по разработанным критериям, анализ проведенных в г.Якутске туристских ярмарок

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Знать: -закономерности организации работы и технологических этапов в области рекламы и связей с общественностью; Уметь: -использовать понятийный аппарат и фактические данные в области рекламы и связей с общественностью в профессиональной деятельности; Владеть: -базовым опытом решения профессиональных проблем, в соответствии с профилем образования

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б.18.4	Реклама и связи с общественностью в туризме	8 зачет	Б.1.Б.17.1 Основы рекламы	Б1.В.ДВ.5.2 Реклама и связи с общественностью в киноиндустрии

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.Б.19. Организация работы в отделах и агентствах по рекламе и связям с
общественностью
Трудоемкость 6 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование представлений об организации работы отдела/ агентства рекламы и PR, умений применять на практике полученные знания для реализации работы во внутренней коммуникационной службе и владеть практическими навыками работы в отделе/ агентстве рекламы, PR.

Задачи:

- изучение основных представлений об отделе/ агентстве по PCO;
- получение системного комплекса знаний об отделе/ агентстве по PCO;
- рассмотрение функций сотрудников отдела/ агентства по PCO;
- изучение зависимостей между отделом и агентством по PCO;
- определение места, роли, значения отдела/ агентства по PCO;
- получение студентами практических навыков организации своей работы в отделе/ агентстве по PCO.

Краткое содержание дисциплины:

Образовательный курс дисциплины «Организация работы в отделах и агентствах по рекламе и связям с общественностью» позволяет студентам освоить принципы стратегического и тактического планирования деятельности отдела/ агентства по PCO; принципы распределения обязанностей команды отдела/ агентства по PCO; методы оценки эффективности работы отдела/ агентства по PCO.

Отдельное место в курсе дисциплины посвящено вопросам комплексного и ситуационного анализа конкурентной среды; соединению разнодисциплинарных инструментов PCO в приложении к решению поставленных задач; применять полученные знания; принимать решения и нести за них ответственность в условиях ограниченного времени; выбирать конкретные меры к анализу ситуации; выступать публично на профессиональные темы.

Программа предусматривает составление портфолио учебных достижений студента в виде пяти лучших работ: эссе, решение кейсов, свидетельствующие о степени сформированности коммуникационной компетенции, необходимой для работы в отделе/ агентстве по PCO.

В процессе освоения курса у студентов формируются навыки применения стратегического планирования и организации своей работы, методов и методик анализа, включая SWOT, контент, PESO; решения кейсов, ситуационных задачи и др.

В программе курса также представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемой в ходе изучения дисциплины.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с	<i>Обучающийся должен знать:</i> • современное состояние отдела/ агентства по PCO; • термины, структуру и сотрудников отдела/ агентства по PCO; • регулирование деятельности отдела/ агентства по PCO; <i>уметь:</i>

общественностью (ОПК-2);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15)

- совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень;
- использовать на практике навыки по организации и оперативному планированию своей работы и деятельности предприятия;
- самостоятельно приобретать новые знания и умения по организации и оперативному планированию своей работы и деятельности предприятия;

Владеть:

- методикой работы в отделах/ агентствах по РСО;
- практическими навыками по организации и оперативному планированию своей работы и деятельности предприятия

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.Б.19	Организация работы в отделах и агентствах по рекламе и связям с общественностью	7,8	Б1.Б.13.1 Основы рекламы Б1.Б.13.2 Основы связей с общественностью Б1.Б.10 Социология Б1.Б.14.3 Основы проектной деятельности Б1.Б.15.2 Социология массовых коммуникаций Б1.Б.15.3 Психология массовых коммуникаций Б1.Б.16.2 Основы менеджмента Б1.Б.14.2 Правовое регулирование в государственной и муниципальной сфере Б1.Б.16.3 Организационные коммуникации Б1.Б.16.4 Управление персоналом Б1.Б.16.5 Маркетинговые исследования	Б1.В.ОД.1.4 Предпринимательство в коммерческой сфере Б1.В.ДВ.5.1 Деловое общение в коммерческой сфере Б1.Б.16.6 Ситуационный анализ

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б1.В.ОД.1.1. Коммерция Трудоемкость 3 з.е.

1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: освоение системы знаний по коммерческой деятельности; привитие студентам знаний, умений и навыков применения знаний о коммерческой деятельности в сфере рекламы; привитие знаний и навыков принятия управленческих решений в коммерческой деятельности предприятия; выработка навыков планирования и организации сбыта рекламной продукции.

Краткое содержание дисциплины:

Уровень освоения курса позволит знать место коммерческой деятельности в системе маркетинга, уметь определять субъект и объект коммерческой деятельности, давать характеристику основных нормативных актов, регулирующих данный вопрос.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Владение знанием и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2)	Знать: - работу в отделе рекламы, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве Уметь: - использовать понятийный аппарат и фактические данные маркетинга, рекламы и связей с общественностью; - осуществлять работу специалиста рекламного отдела, рекламного агентства, отдела по связям с общественностью; - пользоваться научной, справочной, учебно-методической литературой; Владеть: - первичными навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве в соответствии с профилем образования; Владеть практическими навыками: - использовать в своей практической деятельности полученные знания.
владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2)	Знать: - специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью; - функциональные схемы построения отделов; - основные теории менеджмента, психологию межличностных отношений в трудовом коллективе; - способы мотивационного воздействия на сотрудников отделов. Уметь: - выявлять проблемные ситуации в организации работы отделов; - составлять план работы отделов, оценивать их эффективность; - осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы данных; - выявлять новые сферы деятельности отделов

	-разрабатывать стратегические планы работы отделов -распределять обязанности каждого участника проекта и осуществлять полноценный контроль Владеть: -навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации -навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов -навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов; -навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы
Владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)	Знать: - условия возникновения и исторические факторы развития теории менеджмента; - основные теоретические концепции менеджмента; - содержание основных управленческих функций (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация); - методы реализации основных управленческих функций; - основы бизнес-процессов; Уметь: - предлагать способы решения проблем при осуществлении основных управленческих функций (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация); - составлять иерархию целей конкретного предприятия; - оценивать степень влияния отдельных факторов внешней среды на организацию; Владеть: - специальной терминологией и лексикой менеджмента; - навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере менеджмента; - методами реализации основных управленческих функций (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация).

1.4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ОД.1.1.	Коммерция	5	Б1.Б.7. Основы права. Б1.Б.13.1. Основы рекламы. Б.1.Б.16.3. Профессиональные	Б1.Б.18.1. Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере. Б1.Б.18.4. Реклама и связи с общественностью в туризме. Б1.ДВ.7.2. Реклама и связи с

			организации и объединения по рекламе и связям с общественностью	общественностью в киноиндустрии. Б.2.У.1. Учебно-ознакомительная практика. Б.2.П.2. Организационно-управленческая практика. Б.2.П.3. Проектная практика. Б.2П.4. Преддипломная практика. Б.2.Н.1. Научно-исследовательская работа. Б3. Государственная итоговая аттестация
--	--	--	---	--

3. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.В.ОД.1.2 Имиджелогия
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения:

Целями изучения дисциплины «Имиджелогия» являются изучение теоретических основ формирования имиджа и освоение основных знаний и умений профессиональной работы над имиджем, а также раскрытие возможности прикладного применения в различных сферах деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Предмет имиджелогии как науки. Имидж в системе коммуникации. Имиджмейкинг в системе PR- деятельности. Этапы формирования имиджа. Объекты и методы формирования имиджа. . Психологические особенности формирования имиджа. Виды имиджей. Индивидуальный имидж. Самопрезентация. Политический имидж. Корпоративный имидж. Имидж бренда. Имидж и репутация. Управление имиджем и эффективность связей с общественностью. Профессиональная этика имиджмейкеров.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
---	---

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	1. Знать: - теоретический материал, базовые установки и основные понятия, обеспечивающие понимание процессов создания и коррекции имиджа организации, товара/услуги, личности, политического или общественного объединения 2. Уметь: - применять методы поиска творческого решения профессиональных задач; самостоятельно приобретать знания по тематике курса и развивать полученные навыки. - работать в малых группах; 3. Владеть: <u>Владеть (методиками)</u> - методиками анализа и формирования имиджа. <u>Владеть практическими навыками</u> - практическими навыками анализа имиджа объекта навыками формирование имиджа в разных контекстах.
--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ОД.1.2	Имиджелогия	6	Б1.Б.13.5 Психология рекламы Б1.Б.14.2 Правовое регулирование в государственной и муниципальной сфере Б1.Б.14.5 Брендинг Б1.Б.15.1 Основы теории коммуникации Б1.Б.15.3 Психология массовых коммуникаций Б1.Б.16.3 Организационные коммуникации	Б1.В.ОД.1.3 Кризисные связи с общественностью Б1.В.ДВ.5.1 Деловое общение в системе государственного и муниципального управления Б1.В.ДВ.5.2 Ораторское искусство Б1.В.ДВ.7.1 Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью Б1.В.ДВ.7.2 Реклама и связи с общественностью в киноиндустрии Б1.В.ДВ.8.2 Основы журналистской деятельности Б1.В.ДВ.9.1 Реклама и связи с общественностью в бизнесе

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.В.ОД.1.3 Предпринимательство в коммерческой сфере

Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: состоит в формировании представлений обучающихся с теоретическими знаниями в области предпринимательской деятельности в коммерческой сфере; применение полученных знаний в процессе осуществления будущей профессиональной деятельности; закрепление на практике сформированных умений для реализации эффективной предпринимательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

- изучение основных представлений о предпринимательстве, его цели и задачах;
- получение системного комплекса знаний об организационно-правовых формах;
- рассмотрение функций предпринимательства;
- изучение регулирования предпринимательской деятельности;
- изучение зависимостей между предпринимательством и коммуникациями;
- определение места, роли, значения предпринимательства в коммуникалогии, включая новейшие коммуникационные средства и методы, применяемые в Интернете;
- получение студентами практических навыков создания своего дела.

Краткое содержание дисциплины:

Образовательный курс дисциплины «Предпринимательство в коммерческой сфере» призван привить студентам понимание предпринимательства. Общеуниверситетский курс данной дисциплины включает в себя рассмотрение ряда вопросов, от изучения базовых понятий предпринимательства до исследования отдельных областей, представляющих для науки особый интерес.

В рамках дисциплины рассматриваются следующие вопросы: история возникновения и развития предпринимательской деятельности, субъекты и типология предпринимательства, условия предпринимательской деятельности в коммерческой сфере. Особое внимание уделяется темам создания собственного предприятия в области рекламы и связей с общественностью, составления бизнес-плана, ответственности предпринимателя. Таким образом, в процессе изучения курса у слушателей формируется понимание природы и необходимости осуществления предпринимательства в рекламной и PR-деятельности в современных условиях.

Предлагаемые в данном курсе конкретные ситуации – кейсы направлены на предоставление возможности обучающимся работать в группах, использование полученной от преподавателя информации, снижающей уровень неопределенности, развитие умений и навыков систематизации и обобщения результатов работы.

Самостоятельная работа студентов подразумевает написание эссе; подготовку к устным опросам, семинару и коллоквиуму. Нормативный объем самостоятельной работы студентов для дисциплины составляет 40 ч.

В программе курса также представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемой в ходе изучения дисциплины.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
- владением навыками организационно-	<i>Обучающийся должен знать:</i>

управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3); - владением навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4)	• современное состояние предпринимательства; • термины, организационно-правовые формы участников предпринимательства; • регулирование предпринимательской деятельности; <i>уметь:</i> • совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень; • использовать на практике навыки по созданию собственного предприятия; • самостоятельно приобретать новые знания и умения по разработке бизнес-плана; <i>Владеть:</i> • методикой разработки бизнес-плана; • практическими навыками создания собственного предприятия.
---	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ОД.1.3	Предпринимательство в коммерческой сфере	7	Б1.Б.6 История Б1.Б.7 Основы права Б1.Б.11.2 Основы православной культуры	Б1.Б.18.1 Реклама и связи с общественностью в коммерческих организациях Б1.Б.16.6 Ситуационный анализ

1.4. Язык преподавания: русский

Аннотация **к рабочей программе дисциплины** **Б.1.В.ОД.1.4. «Менеджмент и маркетинг в связях с общественностью»** Трудоемкость 4 з.е.

1.5. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью изучения дисциплины является

Краткое содержание дисциплины:

Паблик рилейшнз в маркетинге. Маркетинг, маркетинговый комплекс и продвижение. Комплекс продвижения: интегрированные маркетинговые коммуникации. Средства маркетинговых коммуникаций. Цели маркетинговых коммуникаций. Планирование интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговые исследования в ПР. Методы маркетинговых исследований. Маркетинговая информация и ее источники. Выбор объектов исследования.

Сегментирование рынка. Позиционирование товаров и услуг на рынке. Сущность сегментирования. Принципы сегментирования рынка. Концепции позиционирования. Методика позиционирования товара..

Международный маркетинг. Специфика международного маркетинга. Маркетинговая деятельность российских предприятий на рынках зарубежных стран. Особенности коммуникационной политики в международном маркетинге.

Менеджмент в публичных отношениях.

Стратегический подход к управлению ПР. Организация деятельности ПР.

ПР в системе управления. Организационные структуры. Формирование бюджета ПР.

Планирование ПР- кампаний. Управленческий аспект деятельности ПР-специалиста. Оценка результатов ПР-деятельности. Экономическая оценка ПР-проектов.

Мотивация деятельности. Общая характеристика мотивации. Теории содержания мотивации. Теории процесса мотивации.

Проектирование работы в организации. Функции управления фирмой. Проектирование работы. Модели проектирования работы.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2: владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы; ПК-10: способность организовывать и проводить социологические исследования; ПК-11: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.	Знать: инструменты коммуникационной политики организации; основы позиционирования и принципы сегментирования рынка; особенности планирования и организации ПР-деятельности на предприятии; Уметь: производить сбор, обработку собранной информации; использовать современные средства обработки информации; структурировать задачи в области PR и определять стратегии достижения поставленной цели по связям с общественностью. Владеть: методикой позиционирования товаров и услуг на региональном рынке; методикой сегментирования целевых аудиторий продукта; умением мотивировать сотрудников.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ОД.1.4.	Менеджмент и маркетинг в связях с общественностью	8	Б1.Б.13.1 Основы рекламы, Б.1.Б.16.1. Основы маркетинга, Б1.Б.16.2 Основы менеджмента	

1.4. Язык преподавания: русский

**. АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины**

Б.1.В.ОД.2.1 Организация рекламных акций и PR-мероприятий в коммерческой сфере
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование представлений о рекламных акциях и PR-мероприятиях в коммерческой сфере, умений применять на практике полученные знания для осуществления акций и мероприятий, владеть технологией их подготовки и планирования, а также практическими навыками осуществления в коммерческой сфере.

Задачи:

- изучение основных представлений о рекламных акциях и PR-мероприятиях;
- определение места, роли, значения рекламных акций и PR-мероприятий в коммерческой сфере;
- получение системного комплекса знаний о технологии подготовки и планирования рекламных акций и PR-мероприятий в коммерческой сфере;
- формирование навыков осуществления рекламных акций и PR-мероприятий в коммерческой сфере;
 - обучение оценке результатов акций и мероприятий;
 - рассмотрение видов акций и мероприятий и их воздействия на целевые группы.

Краткое содержание дисциплины:

Реклама и связи с общественностью – многогранная социально-коммуникативная сфера деятельности. Особое место в ней занимают коммуникационные мероприятия, которые становятся все более востребованы в любой отрасли. Это свидетельствует о том, что бакалаврам рекламы и связей с общественностью необходимы знания и умения в области подготовки, планирования и осуществления рекламных акций и PR-мероприятий в коммерческой сфере. Также необходима и соответствующая теоретическая подготовка, особая учебная дисциплина и соответствующее методическое обеспечение в виде учебников, учебных пособий, сборников кейсов, справочной литературы и т.п.

Курс дисциплины призван привить студентам понимание рекламных акций и PR-мероприятий в коммерческой сфере. Общеуниверситетский курс включает рассмотрение ряда вопросов, от изучения базовых понятий акций и мероприятий, представляющих для профессии особый интерес.

В рамках данной дисциплины рассматриваются следующие вопросы: вопросы подготовки акций и мероприятий, типологию, цели, задачи. Особое внимание уделяется технологии планирования и осуществления акций и мероприятий.

Самостоятельная работа студентов подразумевает выполнения различных видов деятельности, посещение различных рекламных и PR-мероприятий, проводимых в рамках выставок, конференций, презентаций, круглых столов и др., а также составление аналитических отчетов, способствующих развитию критического мышления, умения анализировать потенциальные и актуальные проблемы рекламы и связей с общественностью и предлагать варианты их решения; подготовку мероприятия и его последующее осуществление; оценку эффективности своей работы.

В программе курса также представлены критерии оценки акций и мероприятия, проведенного студентами в рамках изучения дисциплины, список основной и дополнительной литературы, рекомендуемой в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы**

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
---	---

- умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); - умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных мероприятий и кампаний (ПК-7); - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13)	<i>Обучающийся должен знать:</i> • место рекламных и PR-мероприятий в системе РСО; • типологию современных рекламных и PR-мероприятий; • термины и составляющие рекламных и PR-мероприятий; • требования к подготовке, планированию и осуществлению рекламных и PR-мероприятий; • их ролевую функцию при воздействии на аудиторию; <i>уметь:</i> • совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень; • самостоятельно приобретать новые знания и умения разработки рекламных и PR-мероприятий; • планировать рекламные и PR-мероприятия; • провести рекламное и PR-мероприятие в отрасли; <i>Владеть:</i> • технологией планирования и подготовки рекламных и PR-мероприятий; • практическими навыками осуществления рекламных и PR-мероприятий.
--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ОД.2.1	Организация рекламных акций и PR-мероприятий в коммерческой сфере	6	Б1.Б.13.1 Основы рекламы Б1.Б.13.2 Основы связей с общественностью Б1.Б.14.3 Основы проектной деятельности	Б1.В.ОД.1 Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере Б1.В.ОД.2.3 Организация кампаний по рекламе и связям с общественностью в коммерческой сфере Б1.Б.18.4 Реклама и связи с общественностью в туризме Б1.Б.19 Организация работы в отделах и агентствах по рекламе и связям с общественностью Б1.В.ОД.2 Рекламные и PR-технологии в коммерческой сфере Б1.В.ДВ.6.2 Организация работы пресс-службы в коммерческих структурах

1.4. Язык преподавания: русский

Аннотация
к рабочей программе
дисциплины Б1.В.ОД.2.2.
«Медиапланирование»
 Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов комплексного понимания рыночных принципов и подходов современного медиапланирования, которые позволяют оптимизировать рекламные расходы с помощью эффективных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Сущность, функции и задачи медиапланирования

Генезис развития медиапланирования. Маркетинг, маркетинговые исследования и медиапланирование. Медиапланирование как элемент рекламного бизнеса. Понятие, функции, задачи и роль медиапланирования.

Тема 2. Медиапланирование как часть рекламной компании. Ситуационный анализ (товар, аудитория, рынок). Стратегическое планирование (цели, стратегия, время, бюджет).

Тема 3. Медиаплан и особенности его разработки

Основные параметры медиапланирования. Понятие, задачи и принципы построения медиаплана. Источники информации, необходимые для построения медиаплана. Стратегия и тактика медиапланирования. Медиа-цели и медиа-стратегии. Медиа-план, медиатактика, медиабаинг, медиаселлинг, медиаграфик. Этапы и алгоритмы медиапланирования. Контроль выполнения медиа-планов и его виды. Вопросы оценки эффективности масс-медиа.

Тема 4. Основные показатели медиапланирования

Избирательность (селективность) аудитории. Потенциал охвата аудитории. Скорость аккумуляции аудитории. Географическая гибкость медианосителя. Контроль предъявления рекламного сообщения. CPT, CPI, CPA, CPO, CPS. HUT, PUT, PUR. Показатели и примеры расчета рейтинга СМИ. Доля суммарного рейтинга аудитории и примеры ее расчета. Взаимосвязь показателей Rating, HUT и Share. GRP и TRP. Количество предъявлений (Impressions). Охват (Reach) и специфика его расчета. Частота (Frequency). Взаимосвязь охвата, частоты и GPR. CPM и CPP, их взаимосвязь. Brand Development Index. Специфика использования Media Mix.

Тема 5. Методические аспекты и практика медиапланирования на отдельных каналах СМИ Показатели SOV и SOS. Модели медиапланирования. Процессы выбора носителей. Практика медиапланирования в прессе. Специфика медиапланирования в радио и телевидении. Медиапланирование в наружной и транзитной рекламе. Практика медиапланирования в почтовой рекламе. Основы медиапланирования в Интернет. Директ-мейл. Нетрадиционные средства.

Тема 6. Медиаисследования. Методы исследования. Исследования различных СМИ. Пресса. Телевидение. Радио. Транзитная реклама. Интернет. Мониторинг.

Тема 7. Вопросы повышения эффективности медиапланирования

Вопросы организации медиапланирования. Обоснование подходов к формированию бюджета медиапланирования. Современные проблемы медиаисследований. Тестирование медиаплана и рекламы. Методики оценки эффективности медиапланирования.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ОПК-5: умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ПК-6: способность участвовать в создании	Знать: - основные функции, задачи медиапланирования, принципы построения медиаплана и его показателей; - ситуационный анализ медиапланирования; - средства воздействия на аудиторию отдельных средств массовых коммуникаций; Уметь: - оценивать параметры и вычислять показатели медиапланирования, применительно к различным каналам СМИ, использовать методики оценки его эффективности - практически владеть критериями выбора рекламоносителя;

эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	- составлять медиаплан, оценивать его эффективность, осуществлять медиапланирование с использованием компьютерной базы данных. - выявлять новые сферы взаимодействия средств массовой коммуникации и рекламы; Владеть: - специальной терминологией и лексикой медиапланирования; - навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии; - навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере медиапланирования; - методами ситуационного исследования; - приемами разработки медиаплана; - технологиями медиапланирования применительно к различным областям предпринимательской деятельности.
---	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ОД.2.2.	Медиапланирование	6	Б1.Б.13.1 Основы рекламы, Б.1.Б.16.1. Основы маркетинга, Б1.Б.16.2 Основы менеджмента	Б1.В.ОД.1.4 Менеджмент и маркетинг в связях с общественностью, Б1.Б.14.5 Брендинг

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.В.ОД.2.3

«Организация кампаний по рекламе и связям с общественностью в коммерческой сфере»

Трудоемкость _3_ з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цели: побуждение студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных организации и проведению кампаний по связям с общественностью и выработка у студентов собственных идей по решению проблем организации и оценки эффективности PR-кампаний.

Краткое содержание дисциплины: Рекламные кампании и кампании по связям с общественностью: определение понятия. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний: сравнительный анализ. Признаки и структура рекламной и PR-кампании. Организационные и материально-технические основы проведения рекламных и PR- кампаний.

Этапы PR-кампании: исследование проблемы, планирование, реализация, оценка эффективности (система RACE). Проблема составления бюджета кампаний. Оценка эффективности рекламных и PR-кампаний.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7); способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13)	Знать: Теоретические основы организации и проведения рекламных и PR-кампаний, методы оценки эффективности рекламных и PR-кампаний, особенности организации кампаний в различных сферах общественной жизни. Уметь: Планировать рекламные и PR-кампании в различных сферах общественной жизни, производить корректировку кампаний на этапе реализации, оценивать эффективность данных кампаний на всех этапах. Владеть: Навыками организации рекламных и PR-кампаний, составления бюджета кампаний, оценки эффективности кампаний. Владеть (методиками): методами оценки эффективности кампаний.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Се ме стр изу че ни я	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ОД.2.3	Организация кампаний по рекламе и связям с общественностью в коммерческой сфере	7	Б1.Б14.1. Основы связей с общественностью	Б1.Б.18.1. Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б1.В.ДВ.1.1 Адаптивные компьютерные технологии в инклюзивном образовании студентов с проблемами зрения

Трудоемкость _2 з.е.

1. 1. Цель освоения курса: формировании у студентов с ООП информационной компетентности – основных пользовательских навыков работы в среде Windows и с офисными приложениями на основе невидимого интерфейса, умения использовать адаптивные компьютерные технологии (программы экранного доступа к информации Jaws и увеличения шрифтов Magic, Брайлевская строка Focus – 40 Blue, Брайлевский принтер Index Braille Embosser Everest и т.д.) для обеспечения качественной подготовки к занятиям в учебном процессе.

Инклюзивное образование, как инновационный тип обучения людей с особыми образовательными потребностями (людей с ООП) представляет собой определённую форму организации учебной деятельности, при которой все обучающиеся, вне зависимости от их индивидуальных способностей и возможностей, а также принадлежности к определенным социальным и культурным меньшинствам, реализуют свое неотъемлемое конституционное право на получение качественного образования. Одновременно с этим, инклюзивная модель обучения людей с ООП ориентирована не только на овладение ими конкретными умениями, знаниями и навыками в той или иной области научного познания, но и нацелена на их максимальную, успешную социализацию в общественную жизнь.

На современном этапе социально-экономических преобразований нашего общества и модернизации образования актуализируется проблема осознания новых целей и ценностей инклюзивного образования людей с ООП посредством использования адаптивных компьютерных технологий. Настоящий этап его развития в России может быть обозначен как переходный, включающий как совершенствование существующей системы, так и поиск путей перехода её на более высокий качественный уровень, связанный с инклюзивным обучением людей с ООП в учебных заведениях. В силу этого возникла острая необходимость разработки новых методологических подходов в использовании адаптивных компьютерных технологий.

Адаптивные компьютерные технологии – это специальные компьютерные технологии, предназначенные для самостоятельной (без посторонней помощи) работы людей с особыми образовательными потребностями на персональном компьютере. Они имеют дополнительную компенсаторную функцию – нивелирование вызываемых зрительной, слуховой и иной депривацией трудностей, предоставляют людям с ООП реальные возможности участия в различных видах и формах современной жизнедеятельности, включая образование и профессиональную работу наравне с остальными членами общества. Это определяет значимость адаптивных компьютерных технологий, как эффективный фактор социализации людей с ООП и их полной интеграции в современное общество.

Адаптивные компьютерные технологии являются эффективным средством обеспечения людей с ООП в доступе к информации. Их использование расширяет возможности образовательной и профессиональной деятельности данной категории населения.

Адаптивные компьютерные технологии базируются на комплексе аппаратных и программных средств, обеспечивающих людям с ООП представления информации с монитора персонального компьютера в доступной для их восприятия форме: в речевом режиме, укрупнённым шрифтом, или рельефно-точечным шрифтом по системе Брайля.

Адаптивные компьютерные технологии позволяют людям с ООП самостоятельно работать на обычных персональных компьютерах с офисными приложениями и иными программами общего назначения (MS Word, Internet Explorer и др.), получая обычные пользовательские возможности.

Для грамотного применения адаптивных компьютерных технологий необходимо усвоение целостной системы умений, знаний и навыков, включающей как общую информационную культуру, так и специальную часть, связанную с использованием технических тифлосредств.

Адаптивные компьютерные технологии при работе на персональном компьютере вносят совершенно принципиальные отличия в рабочий процесс пользователя с ООП. Для получения информации обычному пользователю достаточно изображения на мониторе персонального компьютера, которое обеспечивает возможность целостного обзора, а при не визуальном доступе к информации с помощью адаптивных компьютерных технологий её представление должно формироваться в уме пользователя с проблемами зрения на основе последовательных сообщений, выводимых на синтезатор речи, или Брайлевскую строку. При этом целостная информационная модель не имеет материального носителя, существуя только в абстрактном представлении пользователя с проблемами зрения.

Существенное отличие в работу пользователя с ООП также вносит невозможность полноценного применения мыши, основным рабочим инструментом в этом случае становится брайлевская строка и клавиатура. Эти принципиальные отличия вызывают необходимость организации для пользователей с ООП специального обучения и разработки специальной учебной программы.

Данная учебная программа направлена на освоение работы с программами общего назначения (MS Word, Internet Explorer и др.), и строится на основе методик, учитывающих применение адаптивных компьютерных технологий.

Краткое содержание дисциплины:

Учебная программа направлена на овладение студентами с проблемами зрения адаптивными компьютерными технологиями на основе не визуальной работы в среде операционной системы Windows. В качестве инструмента обеспечения невидимого интерфейса мы будем использовать брайлевскую строку Focus40 Blue и программу экранного доступа к информации JAWS (версии 14 и выше) компании Freedom Scientific (США) с российской

локализацией фирмы ООО «Элита групп»:

- формирование представления об основных элементах графического интерфейса программы Windows, приобретение умений, знаний, навыков работы в операционной системе Windows посредством использования адаптивных компьютерных технологий;
- освоение основных умений, знаний и навыков работы с сервисными программами (утилитами), такими как, антивирусные средства и архивация файлов;
- освоение основных умений, знаний и навыков работы в текстовом процессоре MS Word;
- освоение основных умений, знаний и навыков работы в табличном процессоре MS Excel;
- применения сканера и программы распознавания текста FineReader для обеспечения доступа к информации, представленной в плоскостном виде;
- формирование умений, знаний и навыков работы с информационными ресурсами в глобальных сетях на примере браузера Internet Explorer, поиска информации на сайтах;
- использования электронной почты.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: специальные компьютерные технологии, предназначенные для самостоятельной (без посторонней помощи) работы людей с особыми образовательными потребностями на персональном компьютере. Уметь: -использовать комплекс аппаратных и программных средств, обеспечивающих людям с ООП представления информации с монитора персонального компьютера в доступной для их восприятия форме Владеть: - культурой применения информационно-коммуникационных специальных компьютерных технологий с учетом основных требований информационной и физической безопасности

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.1.1	Адаптивные компьютерные технологии в инклюзивном образовании студентов с проблемами зрения	1 зачет	-	Б1.В.ОД.1.2 Телекоммуникационные технологии Б1.В.ОД.1.3 Разработка WEB-сайта

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.1.2 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью
Трудоемкость _3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование научных представлений об информационных технологиях в сетях интернет, имеющих практическое содержание, определяющих профессионализм современного руководителя в области рекламы, усвоение студентами теоретических основ и практических умений и навыков по использованию информационных технологий и их последующей эксплуатации на предприятии.

Краткое содержание дисциплины: Классификация информационных технологий. Виды обеспечений информационных технологий. Программные продукты в рекламной деятельности. Интернет-технологии в рекламной деятельности. Case-технологии в рекламной деятельности. ГИС-технологии. Мультимедиа-технологии. Сетевые технологии. Системы управления предприятием в рекламной деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-6 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать: -особенности использования информационных технологий в рекламе и связях с общественностью; -закономерности организации работы и технологических этапов в области рекламы и связей с общественностью; Уметь: -использовать понятийный аппарат и фактические данные в области рекламы и связей с общественностью в профессиональной деятельности; Владеть: -базовым опытом решения профессиональных проблем, в соответствии с профилем образования

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.1.2	Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	2 зачет	Б1.Б.9 Основы учебной научно-исследовательской деятельности (УНИД)	Б1.Б.15.1 Телекоммуникационные технологии Б1.Б.15.2 Разработка WEB-сайта

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.В.ДВ.2.1 История русской литературы и художественной культуры
Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: изучить литературный процесс России, получить представление о характере художественно-смыслового пространства отечественной словесности, литературоцентричности русской культуры, специфике литературных направлений, внутренних закономерностях развития искусства слова в России и творческой индивидуальности крупнейших отечественных писателей.

Краткое содержание дисциплины: академическое направление в литературоведении. Мифологический метод. Изучение литературных явлений в связи с фольклором и народной мифологией, народными преданиями. Сравнительно-исторический метод. Изучение межнациональных литературных связей, постановка вопроса о закономерностях мирового литературного процесса. Формальный метод

Его возникновение как противовеса культурно-исторической и психологической школам. Внимание к специфике литературы.

Способы анализа художественных произведений. Единство формы и содержания художественного произведения. Возможность соответствия и несоответствия, противоречий между содержанием и формой. Связь и взаимодействие всех относительно самостоятельных элементов художественного произведения. Активность формы, создаваемой писателем. Литературоведческий анализ художественных произведений.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью критически и творчески осмысливать значение классического литературного наследия и русской художественной культуры РФ (в том числе регионов Северо-Востока) для духовного и нравственного развития личности, обогащения словарного запаса (УК-6)	Знать: специфику литературных направлений, развитие жанровой системы, логику творческого развития писателей, текста, характеристику времени художественной культуры. Уметь: определять место отдельных творческих индивидуальностей и художественный статус их произведений в истории литературы; анализировать художественное произведение в единстве нравственно-философского содержания и художественной формы; применять основные методы литературоведческого анализа, соответствующим понятийным аппаратом и терминологией. Владеть: соответствующим понятийным аппаратом и терминологией; навыками использования научной, справочной и методологической литературы.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины	для которых содержание данной дисциплины (модуля)

			(модуля)	выступает опорой
Б1.В.ДВ.2. 1	История русской литературы и художественной культуры	8	-	-

1.4. Язык преподавания: русский.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Б.1.В.ДВ.2.2. «Якутский язык» Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цели освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины – дать студентам необходимые знания о якутском языке, его ресурсах, структуре, формах реализации, познакомить с основами культуры речи, сформировать навыки общения, сформировать умения читать и редактировать тексты на якутском языке.

Краткое содержание дисциплины

Вводно-фонетический курс. Грамматика. Словообразование. Лексика к основным темам повседневного общения. Чтение. Аудирование.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Обладает высокой языковой конкурентоспособностью в сфере профессиональной деятельности в условиях многоязычия с учетом региональных особенностей (УК-5).	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: якутский язык как средство осуществления практического взаимодействия в языковой среде и в искусственно созданном языковом контексте; систему и структуру языка и правила его функционирования в процессе коммуникации этические и нравственные нормы поведения, принятые в якутском социуме, модели социальных ситуаций, типичные сценарии взаимодействия; пути, методы и средства самостоятельного повышения своего профессионального уровня. Уметь: использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на якутском языке в учебной и профессиональной деятельности; организовать свое речевое и неречевое поведение адекватно задачам общения; использовать формальные средства для создания грамматически и фонологически правильных, значимых высказываний на языке; моделировать различные ситуации общения; анализировать и обобщать информацию. Владеть: первичными навыками коммуникации в якутоязычной среде; речевым этикетом повседневного общения на якутском языке.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля),	Семе	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик
--------	-----------------------------------	------	---

	практики	стр изуче ния	на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ. 2.2.	Якутский язык			

1.4. Язык преподавания: русский

Аннотация к рабочей программе дисциплины **Б.1.В.ДВ.3.1. «Региональная экономика северо-востока России»** Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цели освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование в рамках современного базового экономического образования у будущих бакалавров обширных знаний особенностей северо-восточного региона России и всей территориально-экономической системы; осмыслении студентами современных особенностей регионального аспекта функционирования экономики и возможностей практического применения полученных знаний.

Краткое содержание дисциплины

Регион как объект хозяйствования и управления. Проблемы северо-восточного региона России в исследованиях отечественных и зарубежных ученых. Особенности хозяйства на северо-востоке страны и межрегиональные связи России. Закономерности, принципы и факторы размещения производительных сил. Сущность специализации и комплексного развития региона. Отраслевая структура размещения экономики РФ. Региональная политика государства и региональное управление экономикой. Бюджетно-налоговая система на северо-востоке России. Привлечение инвестиций на северо-восток России.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Имеет представление о социально-экономическом и инновационном развитии Северо-Востока России и циркумполярного мира (УК-2).	Знать: тенденции и проблемы социально-экономического развития региона Северо-Востока России; Уметь: системно анализировать социально-экономическую структуру региона Северо-Востока России, давать аргументированную и обоснованную оценку социально-экономическим явлениям и процессам в государстве и регионе Северо-Востока России. Владеть: навыками анализа тенденций развития экономики и социальной сферы региона Северо-Востока России, методами комплексного анализа социально-экономической структуры региона.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование	Семе	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик
--------	--------------	------	---

	дисциплины (модуля), практики	стр изуче ния	на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.3.1.	«Региональная экономика северо- востока России»			

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.В.ДВ.3.2 Экономическая география Дальнего Востока Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: создание образа территории Дальневосточного региона через описание, объяснение, предсказание, управление, взаимосвязи в системе с другими регионами России и Азиатско-Тихоокеанским регионом. Курс даёт предпосылки практике рациональной организации территории на основе комплексного учёта физико-географических, социально-географических, экономико-географических, экологических и других условий, т.е. позволяет прогнозировать региональную. Данный курс является важным звеном подготовки специалиста высшей квалификации для работы в Республике Саха (Якутия), создает образ республики во всем ее многообразии и целостности, в взаимодействии дальневосточными регионами России. Его содержание связано с ключевыми историко-географическими, экономическими, экологическими, социальными проблемами, решаемыми Дальним Востоком на данном этапе ее развития.

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические основы. Цели и задачи курса. Методология экономико-географических исследований. Основные исторические этапы освоения территории Сибири и Дальнего Востока. Административно-территориальное устройство Дальневосточного региона.

Природно-ресурсный потенциал и его экономическая оценка. Природные ресурсы как первоисточник благосостояния общества. Понятие «природные условия», «природные ресурсы» и

«природно-ресурсный потенциал». Общая характеристика природных ресурсов. Оценка природных ресурсов.

Демографические факторы развития экономики. География населения и трудовых ресурсов. Структура и особенности расселения на территории Дальневосточного региона. Естественное и механическое движение населения. Формирование и использование трудовых ресурсов. Национальный состав.

География хозяйства дальневосточного региона. Производственный потенциал промышленности. Размещение и развитие топливного комплекса. Размещение и развитие электроэнергетического комплекса. Размещение и развитие лесного комплекса. Размещение и развитие агропромышленного комплекса. Отраслевая и пространственная структура транспорта. Внешнеэкономические связи. Понятие формы и терминология. Общее состояние внешнеэкономической деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
имеет представление о социально-экономическом и инновационном развитии регионов Северо-Востока России и циркумполярного мира (УК-2)	Знать: - понятийный аппарат экономической географии; - основные методы экономической географии; - территориальные особенности природной, экономической и демографической ситуации Дальневосточного региона; Уметь: - определять место региона в едином экономическом и политическом пространстве, особенности хозяйственной деятельности человека в конкретных условиях региона; Владеть: - понятийным аппаратом экономической географии; - основными методами экономической географии.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.3.2	Экономическая география Дальнего Востока	4	Б1.Б.8 Экономика Б1.В.ДВ.3.1 Экономическая география Дальнего Востока	

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины Б.1.В.ДВ.4.1 Этноконфликтология

Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: дать представление об основных понятиях, концепциях и теориях этноконфликтологии и управления им.

Краткое содержание дисциплины:

Предмет, структура и краткий обзор развития этноконфликтологии. Предметная область этноконфликтологии. Структурные характеристики конфликта. Этноконфликт среди типов конфликта. Структура этноконфликтологии. Краткий обзор развития этноконфликтологии. Методы и парадигмы этноконфликтологии.

Анализ этноконфликта. Сущность и предметное поле этноконфликта. Основные компоненты конфликта. Структура и типологии этноконфликта. Контексты этноконфликта. Теории этноконфликта. Динамика и механизмы этноконфликта. Конфликтологическая экспертиза: картографирование конфликта.

Менеджмент этноконфликта. Стратегии и методы регулирования этноконфликта. Мирное урегулирование и трансформация насильственного этноконфликта. Предупреждение деструктивного этноконфликта.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы**

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью использовать правовые нормы и гарантии устойчивого развития народов Северо-Востока России (УК-3).	Знать: - понятийный аппарат этноконфликтологии; - эволюцию научных представлений о характере, основных тенденциях развития этнических конфликтов; - основные инструменты анализа и регулирования этноконфликтных ситуаций; - этноконфессиональный состав Северо-Востока России; - факторы конфликтогенности в регионе проживания; - примеры воздействия этнического фактора на устойчивость общества. Уметь: - составлять терминологический словарь по этноконфликтологии; - раскрывать и объяснять содержание и смысл собственно конфликтологического подхода как гарантии устойчивого развития народов Севера-Востока РФ; - выявлять сущность, роль и место этнического конфликта в общей теории и практике социальных конфликтов; - проводить сравнительный анализ этноконфликтов на примере постсоветского пространства; - проводить анализ этноконфликта; - приводить примеры воздействия этнического фактора на устойчивость общества. Владеть: - понятийным аппаратом этноконфликтологии; - способностью построить визуально-графическую карту этноконфликта; - навыками анализа этноконфликта на основе теоретико-методологических подходов.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины	для которых содержание данной дисциплины выступает опорой
			(модуля)	
Б.1.В.ДВ.4.1	Этноконфликтология	6	-	-

1.4. Язык преподавания: русский.

**АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины**

Б.1.В.ДВ.4.2 Геокультурное пространство Арктики

Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: дать представление о способах моделирования геокультурного образа Арктики, основанных на теоретико-методологической базе гуманитарной географии.

Краткое содержание дисциплины:

Геокультурное пространство как объект изучения гуманитарной географии. Культура и пространство: междисциплинарное поле исследований. Теоретические подходы к изучению взаимосвязи культуры и пространства. Геокультурное пространство в зеркале философских концептов.

Геокультурный образ Арктики. Методологические основания моделирования образов территории. Внешние и внутренние факторы, влияющие на формирование геокультурного образа Арктики. Представления об Арктике и Севере в духовном опыте человечества.

Границы Арктической зоны: подходы и концепты. Мировоззренческие представления народов Арктики и Севера. Образы Арктики и Севера в художественных произведениях.

Конструирование северной (арктической) идентичности в условиях глобализации и регионализации. Концепции идентичности в социогуманитарных науках. Инструменты конструирования территориальной (региональной) идентичности. Северная (арктическая) идентичность в условиях глобализации и регионализации.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
способностью использовать знания о значении истории и культуры народов Северо-Востока и циркумполярного мира в мировой истории и культурном пространстве для формирования гражданской позиции (УК-1).	Знать: - понятийный аппарат гуманитарной географии; - об основных теоретических подходах к изучению взаимосвязи пространства и культуры; - концепции и инструменты конструирования территориальной (региональной) идентичности; - мировоззренческие представления народов Арктики и Севера; - факторы, формирующие геокультурный образ Арктики. Уметь: -- составлять терминологический словарь по геокультурному пространству Арктики; - применять понятийный аппарат гуманитарной географии для описания геокультурного пространства Арктики; - применять теоретико-методологические подходы на материале геокультурного пространства Арктики;

	- проводить сравнительный анализ геокультурного образа Арктики с подобными геокультурами; - проводить анализ инструментов конструирования территориальной (региональной) идентичности.. Владеть: - понятийным аппаратом гуманитарной географии для проведения сравнительного анализа геокультур; - навыками анализа современного геокультурного пространства Арктики на основе теоретико-методологических подходов; - навыком рецензирования теоретических текстов по гуманитарной географии; - навыком проведения мини-социологического исследования по выявлению и измерению территориальной (региональной) идентичности.
--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.4.2	Геокультурное пространство Арктики	6	-	-

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б1.В.ДВ.5.1 «Деловое общение в коммерческой сфере»

Трудоемкость _2_ з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цели: способствовать формированию и развитию психологической и нравственной культуры студентов, побуждение студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных особенностям современных психологических и этических нормативов организации делового общения; выработка у студентов собственных идей по решению проблем организации делового общения с точки зрения психологии.

Краткое содержание дисциплины: Деловое общение как дисциплина, интегрирующая ряд отраслей психологической науки (социальная психология, конфликтология, психология межличностного общения, психология управления, общая психология). Общение как социально- общественная и психологическая проблема. Сущность общения: его функции, виды, формы. Коммуникативные барьеры. Приемы повышения эффективности общения. Личность и ее психологическая структура. Направленность личности, система ее отношений к окружающему миру. Возможности личности, психологические предпосылки успешности ее деятельности в той или иной области. Стилль поведения личности. Психология коллектива. Невербальные средства в деловой разговорной практике. Психологические и этнические нормы и принципы делового общения.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной

программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
(ПК-6) способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: сущность, формы, функции и виды общения; психологические и этические факторы организации позитивной коммуникации между людьми; знать приемы психологии и этики принятия управленческих решений; психологическую структуру личности; психологические и этнические нормы и принципы делового общения. Уметь: применять на практике основные положения и приемы ведения деловой беседы; основы делового этикет; интерпретировать невербальные средства делового общения, преодолевать коммуникативные барьеры. 3. Владеть: навыками управления эмоциональными переживаниями; поведения в стрессовой ситуации; позитивного влияния на деловых партнеров; использования приемов повышения эффективности делового общения.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Се ме стр изу че	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
		ни я		
Б.1.В.ДВ.5.1	Деловое общение в коммерческой сфере	7	Б.1.Б.15.1 Основы теории коммуникации	Б.1.Б.15.4. Конфликтология в коммерческой сфере

1.4. Язык преподавания: русский

Аннотация к рабочей программе дисциплины Б.1.В.ДВ.5.2 «Ораторское искусство» Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цели освоения дисциплины:

Получить целостное представление о риторике в единстве ее теоретических и прикладных аспектов; познакомиться с основами риторических знаний; приобрести риторические умения по созданию и восприятию текста (сообщения); уметь применять полученные знания и умения в теоретической и практической деятельности в области филологии.

Краткое содержание дисциплины

Понятие риторической коммуникации и риторики. Современная риторика как этап развития риторики. Ее основания и структура. Национальные риторические школы. Этос, логос, пафос как основные категории риторики. Эффективность и целенаправленность речевой коммуникации; проблемы ее оптимизации. Риторический дискурс как предмет изучения современной науки. Монологический и диалогический дискурс. Ситуация риторической коммуникации, ее составляющие. Типы ситуаций. Риторическая составляющая

коммуникативно-речевой деятельности. Создание риторического текста (сообщения), этапы, приемы. Риторическое восприятие текста (сообщения), его этапы, приемы. Риторика – семиотика – герменевтика. Повышение значимости риторики в современном обществе; проблемы общественного и личностного развития и роль риторики в их разрешении. Риторическое мастерство, пути его достижения и совершенствования. Рефлексия в риторике. Методы риторического исследования; риторического анализ; эксперимент в риторике.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-6: способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	Знать: предмет и задачи риторики; историю развития риторики; место риторики в ряде других гуманитарных дисциплин; разделы риторики; основные направления неориторики; различные типы оратора; понимать информативность и выразительность публичной речи, о стилистической дифференциации литературного языка и средствах языковой выразительности; разных видах общения; традиционно выделяемых видах красноречия; новых жанрах общения; особенностях устной публичной речи; основных видах аргументов. Уметь: использовать различные приемы языкового выражения мыслей в разных ситуациях общения; определять жанровую специфику видов общения; учитывать особенности аудитории; самостоятельно подготовиться к публичной речи: выбирать тему, определять цель речи, искать материал для выступления, используя
	разные виды вспомогательного материала; правильно располагать части своего выступления: начало, развертывание, завершение; словесно оформлять публичное выступление; использовать основные виды аргументов при участии в разных видах спора, устанавливать контакт с аудиторией, анализировать чужую и собственную речь. Владеть: русским языком в его литературной форме, невербальными средствами общения; средствами привлечения и поддержания внимания, контактоустанавливающими средствами, средствами диалогизации монологической речи, средствами популяризации, средствами активизации мыслительной деятельности слушателей, средствами, облегчающими восприятие материала.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Се ме стр изу че ни я	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.5.2	«Ораторское искусство»	7		

1.4. Язык преподавания: русский

Аннотация
к рабочей программе дисциплины
Б.1.В.ДВ. 5.3. «Коммуникационные модели в геобрендинге»
Трудоемкость 2 з.е.

1.1 Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью изучения дисциплины является изучение принципов геобрендинга в системе стратегических медиакоммуникаций, расширение знаний обучающихся о технологиях и инструментах создания бренда региона.

Краткое содержание дисциплины:

Геобрендинг в системе маркетинговых коммуникаций. Технологии массовых коммуникаций в геобрендинге. Событийные коммуникации в геобрендинге. Мультикультурный аспект в геобрендинге. Геобрендинг: финансово-экономические аспекты. Геобрендинг в «устойчивом развитии» и стратегии развития территорий. Экономика и финансы в геобрендинге. Геобрендинг: инструменты и технологии. Имидж-репутация-goodwill в геобрендинге. Коммуникационные модели геобрендинга. PR- и рекламные технологии в геобрендинге. Кризис- менеджмент и управление проблемными зонами в сфере брендинга и геобрендинга. Политконсалтинг в системе геобрендинга. Оценка эффективности программ в сфере брендинга и геобрендинга.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-5 умение проводить под контролем коммуникационные мероприятия и кампании;	Знать: - основные этапы реализации коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью; - содержание этапов; - технологии планирования и реализации кампании Уметь: использовать инструменты контроля, а также информационного и технологического сопровождения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью в контексте поставленной задачи; Владеть: навыками организации контроля, а также информационного и технологического сопровождения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, направленных на продвижение территориальных брендов.
ПК-7 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: технологию организации коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере бизнеса. - специфику технико-экономического обоснования; - специфику технического задания; - специфику бизнес-плана, креативного брифа, соглашения, договора, контракта Уметь: анализировать опыт организации коммуникационных кампаний и мероприятий в коммерческой сфере. -применять полученные знания в территориальном брендинге, с учетом целевой аудитории, для которой создается бренд территории; - оценивать коммуникационные программы по уровню их эффективности на каждом этапе реализации; Владеть (методиками): методами организации коммуникационных кампаний и мероприятий - инструментами анализа рынка и конкурентной среды

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.11.2	Коммуникационные модели в геобрендинге	8	Б1.Б.13.1 Основы рекламы, Б.1.Б.16.1. Основы маркетинга, Б1.Б.16.2 Основы менеджмента	

1.4. Язык преподавания: русский

Аннотация
к рабочей программе дисциплины
Б.1.В.ДВ. 5.4. «Геобрендинг в системе PR и территориального менеджмента (сеть БФУ)»
Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью изучения дисциплины является систематизация и классификация основных стратегий геобрендинга, рассмотрение проблем интеграции брендов посредством СМИ в представительские и социальные коммуникации, городскую среду, а также осмысление этапов развития территориальных и региональных брендов, их развития и ребрендинга.

Краткое содержание дисциплины:

Геобрендинг в системе PR. Технологии связей с общественностью в геобрендинговании. Событийные коммуникации в геобрендинге. Мультикультурный аспект в геобрендинговании. Геобрендинг: финансово-экономические аспекты. Геобрендинг в «устойчивом развитии» и стратегии развития территорий. Экономика и финансы в геобрендинге. Геобрендингование: инструменты и технологии. Имидж-репутация-goodwill в геобрендинге. Коммуникационные модели геобрендинга. PR- и рекламные технологии в геобрендинге. Кризис-менеджмент и управление проблемными зонами в сфере брендинга и геобрендинга. Политконсалтинг в системе геобрендинга. Оценка эффективности программ в сфере брендинга и геобрендинга.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-5 умение проводить под контролем коммуникационные мероприятия и кампании;	Знать:- основные этапы реализации коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью; - содержание этапов; - технологии планирования и реализации кампаний Уметь: использовать инструменты контроля, а также информационного и технологического сопровождения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью в контексте поставленной задачи; Владеть: навыками организации контроля, а также информационного и технологического сопровождения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, направленных на продвижение территориальных брендов

ПК-7 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: технологию организации коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере бизнеса. - специфику технико-экономического обоснования; - специфику технического задания; - специфику бизнес-плана, креативного брифа, соглашения, договора, контракта Уметь: анализировать опыт организации коммуникационных кампаний и мероприятий в коммерческой сфере. - применять полученные знания в территориальном брендинге, с учетом целевой аудитории, для которой создается бренд территории; - оценивать коммуникационные программы по уровню их эффективности на каждом этапе реализации; Владеть (методиками): методами организации коммуникационных кампаний и мероприятий - инструментами анализа рынка и конкурентной среды
--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.5.4.	Геобрендинг в системе PR и территориального менеджмента (сеть БФУ)	8	Б1.Б.13.1 Основы рекламы, Б.1.Б.16.1. Основы маркетинга, Б1.Б.16.2 Основы менеджмента	

1.4. Язык преподавания: русский

Аннотация к рабочей программе дисциплины Б.1.В.ДВ. 6.1. «СОВРЕМЕННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ» Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов университета целостного представления о современных тенденциях международной жизни, дипломатии, системах международных отношений, международных организациях, а также о наиболее важных и актуальных событиях и проблемах современности.

Краткое содержание дисциплины:

Основные теоретические понятия курса. Проблемы международных отношений и внешней политики в истории социально-политической мысли. Геополитические концепции международных отношений. Теоретические исследования международных отношений в политической науке 40-60-х гг. XX в. Развитие теории международных отношений в 70-90-е гг. XX в. Теоретические дискуссии по проблемам международных отношений после окончания холодной войны. Основные параметры современной системы международных отношений. Проблема глобализации в международных отношениях. Политико-правовой режим современных международных отношений. Международные организации как механизмы урегулирования международных отношений. Современная дипломатия как средство регулирования международных отношений. Россия в современном мире:

внешнеполитический потенциал, интересы, вызовы безопасности. Эволюция внешней политики России в 90-е гг. США в современном мире. Российско-американские отношения. Международные отношения в Европе. Европейское направление во внешней политике России. Международные отношения на постсоветском пространстве. Внешняя политика России в отношении стран СНГ и Балтии. Международные отношения в Азиатско-тихоокеанском регионе. Внешняя политика России в АТР. Международные отношения в Южной Азии. Политика России в регионе. Внешняя политика России на Ближнем и Среднем Востоке.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-6: способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	Знать: историю и теорию международных отношений, их современные тенденции и особенности развития; видных политических и государственных деятелей зарубежных стран; Уметь: самостоятельно подбирать и анализировать литературу по темам практических и лекционных занятий; Владеть: - научной терминологией, связанной с теорией и практикой международных отношений; - способностью самостоятельного анализа и оценки важнейших событий политической и духовной жизни на современном этапе развития мировой цивилизации.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.6.1.	Современные международные отношения	7		

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б1.В.ДВ.6.2. Организация работы пресс-службы в коммерческих структурах

Трудоемкость 3 з.е.

1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: определение общих принципов правового регулирования в работе пресс-службы; получение знаний о правовых документах, используемых в практике пресс-служб; обучение студентов планированию работы пресс-службы в системе государственного и муниципального управления;

Краткое содержание дисциплины:

Данная дисциплина направлена на овладение методами защиты деловой репутации в продуктах средств массовой коммуникации; овладение теоретическими представлениями,

базовыми установками и основными понятиями, обеспечивающими деятельность пресс-службы; освоить методы и формы взаимодействия организации с журналистами; усвоить общие правовые принципы профессиональной деятельности пресс-служб.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)	Знать: закономерности функционирования различных типов текста в СМИ, основы редактирования PR-текстов, копирайтинга Уметь: использовать понятийный аппарат и фактические знания данных направлений в своей профессиональной деятельности Владеть: первичным опытом составления и редактирования различных текстов, ориентированных на определенную ситуацию общения, умением составлять рекламные и PR-тексты
Владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)	Знать: условия возникновения и исторические факторы развития теории менеджмента; основные теоретические концепции менеджмента; содержание основных управленческих функций (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация); методы реализации основных управленческих функций; основы бизнес-процессов; Уметь: - предлагать способы решения проблем при осуществлении основных управленческих функций (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация); - составлять иерархию целей конкретного предприятия; - оценивать степень влияния отдельных факторов внешней среды на организацию; Владеть: - специальной терминологией и лексикой менеджмента; - навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере менеджмента; - методами реализации основных управленческих функций (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация).

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.1 1.3.	Организация работы пресс-службы в коммерческих структурах	8	Б1.Б.11.1. Устное народное творчество. Б1.Б.11.2. Основы православной культуры. Б1.Б.11.3 Основы мировой художественной культуры.	Б1.В.ОД.1.1. Коммерция. Б1.В.ОД.1.3. Предпринимательство в коммерческой сфере. Б1.В.ДВ.7.1.Сценарное мастерство.

		Б1.Б.12.1. Основы анализа текста Б1.Б.12.2. Стилистика и литературное редактирование Б1.Б.12.3. Язык и стиль рекламы Б1.Б.12.4. Копирайтинг Б1.Б.13.3. Основы создания рекламного продукта (графика, дизайн) Б1.Б.13.4. Технология создания рекламного продукта. Б1.Б.15.4. Конфликтология в коммерческой сфере. Б2.П1. Рекламно-информационная практика. Б2.П2. организационно-управленческая практика. Б.2.П.3. Проектная практика.	Б1.В.ДВ.10.1. Логика и теория аргументации Б1.В.ДВ.10.2. Журналистское творчество Б1.В.ДВ.10.3. Социальная реклама Б1.В.ДВ.11.3. Семиотика рекламы Б.2П.4. Преддипломная практика. Б3. Государственная итоговая аттестация
--	--	--	---

1.4. **Язык преподавания:** русский.

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.В.ДВ.6.3. Оценка эффективности программ геобрендинга (сеть БФУ)

Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цели освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов теоретических представлений и практических навыков по анализу, моделированию, созданию, разработке, планированию и управлению брендом территории.

Основные задачи учебной дисциплины: подготовка к научной деятельности в области маркетинговых исследований по отдельным разделам, этапам или заданиям в соответствии с утвержденными инновационными методиками; подготовка к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов по формированию положительного образа территории; подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности в области брендинга территории.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Определение стратегии бренда территории

Понятие стратегии территориального бренда. Факторы, влияющие на выбор стратегии территориального бренда (инфраструктура, государственная власть, жители территории, культурный, исторический, интеллектуальный, экономический потенциал территории). Обоснование необходимости индивидуального подхода к формированию стратегии территории. Стратегическое позиционирование территории: дифференцированные свойства и качества территории, внутренние и внешние цели территории.

Тема 2. Виды стратегий брендинга территорий.

«Город для..» - целевой сегмент как дифференциатор и его потребности как основание стратегии брендинга. «Многоликое единство» - множество возможностей как дифференциатор, высокие темпы развития новых для городской экономики отраслей как основание стратегии. «Город с историей» - историческая личность или событие, значимое на

мировом горизонте развития, как дифференциатор территории. «Город возможностей» - структура экономики, специфические возможности самореализации как дифференциаторы территории. «Ко-брендинг» - ассоциирование города с крупным, значимым событием

Тема 3. Религиозная модель геобрендинга

Продвижение города через создание религиозного центра. Привлечение паломников, увеличение числа церковных служащих, создание соответствующей инфраструктуры как необходимые условия создания религиозной модели геобрендинга. Целевые аудитории религиозной модели геобрендинга. Стратегические цели религиозной модели геобрендинга.

Тема 4. Университетская модель геобрендинга

Генезис городов, известных под брендом университетских, как центров просвещения. Современные университетские бренды. Целевые аудитории университетской модели геобрендинга. Стратегические цели университетской модели геобрендинга.

Тема 5. Ярмарочная модель геобрендинга

Специализация городов на торговле как основа ярмарочной модели геобрендинга. Генезис бренда: привлечение купцов, организация развлечений (уличные артисты и гадалки). Современные ярмарочные бренды. Целевые аудитории ярмарочной модели геобрендинга. Стратегические цели ярмарочной модели геобрендинга.

Тема 6. Нейминговая модель геобрендинга. Названия-бренды. Территория как товар.

Роль названий стран и городов в формировании идеологических брендов.

Тема 7. Политическая модель геобрендинга.

Целевые аудитории политического бренда страны/региона/города. Стратегические цели политического бренда территории. Влияние бренда страны/региона или города на экономические возможности территории.

Тема 8. Маркетинговая модель геобрендинга.

Маркетинговые технологии в формировании модели территориального бренда. Особенности и стратегические цели маркетинговых моделей территориальных брендов. Определение целевых аудиторий маркетинговых моделей территориальных брендов.

Тема 9. Имиджевая модель геобрендинга.

Место имиджа территории в процессе территориального брендинга. Технологии формирования имиджевой модели территориального бренда. Стратегические цели имиджевой модели геобрендинга территории.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
---	---

ОПК-5: умение осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	1. должен знать: - стратегии создания и продвижения территориального бренда; - модели геобрендинга; - принципы формирования территориальных брендов; - принципы управления территориальными брендами; 2. должен уметь: - анализировать существующие модели брендов территорий; - применять на практике технологии создания и продвижения бренда территории; - выявлять отличительные черты территории для определения стратегии и модели территориального брендинга; 3. должен владеть: - методами исследования территорий; - навыками организации процесса брендинга территории; - технологиями создания и продвижения бренда территории; 4. должен демонстрировать способность и готовность: применять полученные знания на практике
--	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.Д В.6.3	Оценка эффективности программ геобрендинга (сеть БФУ)	8	Б.1.Б.14.5. Брендинг	

1.4. Язык преподавания: русский.

Аннотация к рабочей программе дисциплины Б.1.В.ДВ.7. 1. Сценарное мастерство

1.1. Цели освоения дисциплины

Целью учебного курса «Сценарное мастерство» является выработка навыков продюсерской экспертизы экранного проекта на стадии сценария с точки зрения его коммерческого и художественного потенциалов.

Краткое содержание дисциплины:

Технология сценарного мастерства. Заявка на предполагаемый сценарий. История как основа сценария. Замысел: его художественный и коммерческий потенциал. Конфликт и характер в кино. Тема и развитие характера. Конструкция киносценария. Проверка конструкции. Форма записи: действие, описание и диалог. История отечественного сценария. Формирование кинодраматургии в 20-е гг. XX в. Кинодраматургия 30-х гг. Кинодраматургия 1941- 1952 гг. Новая и новейшая история отечественной кинодраматургии.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,

соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3: обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	Знать: - виды и жанры драматургии, теорию драмы; - историю развития сценарного дела; - особенности кино- и теледраматургии; Уметь: - анализировать художественные произведения; - разрабатывать и писать сценарии различных жанров телевизионной публицистики; - редактировать и оценивать произведения электронных средств массовой коммуникации; - освоить методику производства телевизионной продукции и рекламных роликов; - квалифицировано излагать свои знания в устной и письменной форме. Владеть: - умениями разработки различных по жанру сценариев; - навыками анализа художественного произведения; - методами производства видеопродукции.
ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: - основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - виды и особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; Уметь: - участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - выполнять профессиональные функции планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, с учетом знания их особенностей, в области рекламы и связей с общественностью; Владеть: - навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.Д В.7. 1.	Сценарное мастерство			

1.4. Язык преподавания: русский.

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.7.2. Семиотика рекламы
Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения:

Основными целями изучения дисциплины «Семиотика рекламы» являются:

- ознакомление обучающихся с существующими принципами и методами описания знаковых систем;
- ознакомление с разнообразием существующих знаковых систем и способами их использования при построении рекламного сообщения;
- обучение особенностям семиотического анализа рекламных сообщений и использованию результатов такого анализа для обоснования и критики креативных решений в рекламе и маркетинговой коммуникации в целом.

Краткое содержание дисциплины:

- 1) Сущность семиотики и ее место в системе научных дисциплин. Логические и прикладные внешние связи семиотики.
- 2) «Четыре Р» маркетинга и их семиотические аспекты. Семиотика рекламного сообщения как наиболее изученный и развитый раздел семиотики маркетинга.
- 3) Структура семиотики как исследовательской дисциплины и ее основные понятия. Общая семиотика и частные семиотики. Знак, код и знаковая система.
- 4) Дихотомия синтагматика / парадигматика и трихотомия синтактика / семантика / прагматика и их соотношение.
- 5) Основные параметры классификации знаковых систем и принципы выделения частных семиотик. Получаемые и воспринимаемые знаки. Сенсорная классификация знаковых систем.
- 6) Структурная классификация знаковых систем.
- 7) Предметно-функциональная классификация знаковых систем. Специфика семиотики рекламы; ее отношение к семиотике маркетинга и семиотике дизайна. Бренд как семиотическая категория.
- 8) Семиотика графического дизайна и понятие метаграфемы. Семиотика логотипов.
- 9) Интертекстуальность рекламного дискурса.
- 10) Метафора, метонимия и аналогия в рекламном сообщении.
- 11) Семиотические модели в рекламе (раскрытие, учет и формирование).
- 12) Семиотика журналистского текста
- 13) Семиотика PR-текста
- 14) Комплексная процедура семиотического анализа рекламного сообщения и использование ее результатов в рекламной деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	Знать: специфику и основные классификации текстов рекламы и текстов по связям с общественностью; знать основы литературного редактирования и копирайтинга; Уметь: анализировать тексты по рекламе и связям с общественностью, учитывая их специфику и прагматическую направленность; Владеть: базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью

ПК-8 способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: особенности основных видов рекламной продукции, преимущества и недостатки традиционных и современных средств рекламы, а также технологии подготовки к выпуску, производству и распространению рекламных продуктов; Уметь: использовать оптимальные приемы и методы организации выпуска и распространения рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы; Владеть: различными методами организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.
---	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.7.2.	Семиотика рекламы	7 (зачет)	Б1.Б.12.1 Основы анализа текста Б1.Б.12.2 Стилистика и литературное редактирование Б1.Б.12.3 Язык и стиль рекламы Б1.Б.12.4 Копирайтинг Б1.Б.13.1 Основы рекламы Б1.Б.13.2 История рекламы Б1.Б.13.3 Основы создания рекламного продукта (графика, дизайн) Б1.Б.13.4 Технология создания рекламного продукта	Б1.В.ДВ.10.1 Логика и теория аргументации Б1.В.ДВ.10.2 Социальная реклама (сеть СВФУ)

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.В.ДВ.7. 3 Арт-технологии в продвижении территории (сеть САФУ)

Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения:

Освоение специфики, видов арт-технологий, используемых в продвижении территорий

Краткое содержание дисциплины: расширение социо - культурного пространства:

альянс бизнеса и культуры (бизнес становится творчеством, а продукты потребления – произведениями искусства). Конкуренция музеев и торговых предприятий за свободное время потребителя, в связи с чем возникает вопрос создания новых креативных пространств, «третьих мест» в городской среде. Появление в конце 20 века понятия «креативные индустрии» (экономическая

ценность товаров и услуг неразрывно связана с их существованием в качестве элемента культуры). К креативным индустриям принято относить в том числе и рекламные и дизайнерские агентства как бизнес-субъекты рынка, которые движутся в сторону арт-технологий (использование в создании продукта дизайнерских достижений, новых технологий в создании произведений искусства), следствием чего становятся новые креативные пространства. В процессе изучения курса студенты знакомятся с ART – технологиями за рубежом, в России, в Архангельской области. Для освоения курса студентам предлагаются авторские кейсы, а также решение «живых кейсов», которые даны представителями креативных индустрий города.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)	1. Знать: - сущность креативного пространства, креативной индустрии, арт-технологий; - виды арт-технологий; - роль арт-технологии в продвижении территории 2. Уметь: Применять арт-технологии при создании коммуникационных программ, направленных на продвижение территории 3. Владеть: <u>Владеть арт-технологиями</u> <u>Владеть практическими навыками</u> применения арт-технологий в процессе продвижения территории

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.7.3	Арт-технологии в продвижении территории (сеть САФУ)	7	Основы планирования, реализации и оценки эффективности PR-кампаний	Использование регионального искусства в создании рекламного продукта; Принципы создания и роль креативного городского пространства в продвижении территории

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.В.ДВ.7.4. Использование регионального искусства в создании рекламного
продукта (сеть САФУ)
Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения:

Изучение роли мирового, национального и регионального искусства в создании рекламы. Краткое содержание дисциплины:

Сегодня реклама является не только инструментом продвижения товаров и услуг, но все больше становится элементом массовой культуры. Начиная с XX века, реклама постоянно осваивает территорию искусства, а искусство в свою очередь в условиях постмодерна становится одним из элементов культуры потребления. Границы между массовым и элитарным искусством становятся размытыми, что еще больше сближает современное искусство и рекламу. Учебный курс посвящен рассмотрению вопросов, связанных с взаимодействием и взаимовлиянием рекламы и современного искусства. В процессе изучения студенты знакомятся с примерами прямого заимствования в рекламе произведений искусства (образы Моны Лизы, Давида и т.д.), образов творцов и художников (Маяковский, Дали и т.д.), использования стилистики художественных направлений (супрематизм, сюрреализм, поп-арт и т.д), новых форм современного искусства (инсталляции, флешмобы и т.д.). В ходе изучения курса студенты знакомятся с примерами коллаборации производственных брендов и брендов из мира искусства и культуры (коллаборации бренда Луи Виттон и художников из Японии). Особое внимание в процессе изучения направлено на понимание того, что сегодня репрезентативным пространством и для рекламы и для современного искусства являются медиа, а также тот факт, что рекламу и искусство объединяет ассоциативное мышление, оперирование символами, знаками и кодами. На основании изучения мировых и российских взаимовлияний изучаются региональные рекламные продукты, созданные с использованием произведений регионального искусства.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)	1. Знать: Влияние произведений мирового, национального, регионального искусства в создании рекламы 2. Уметь: Применять знания в создании рекламных продуктов 3. Владеть: <u>Владеть (методиками)</u> Техниками применения произведений искусства в создании рекламы <u>Владеть практическими навыками</u> Применения произведений искусства в создании рекламы

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины	Семестр	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик
--------	-------------------------	---------	---

	(модуля), практики	изуче ния	на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.7.4	Использование регионального искусства в создании рекламного продукта (сеть САФУ)	7	Основы планирования, реализации и оценки эффективности рекламных кампаний	Принципы создания и роль креативного городского пространства в продвижении территории; Арт-технологии в продвижении территории

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ к рабочей программе дисциплины Б.1.В.ДВ.8.1. Межкультурная коммуникация в PR Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: знание проблематики межкультурной коммуникации, её природы; формирование основ коммуникативной компетентности будущих специалистов в сфере межкультурных коммуникаций, подготовка их к профессиональной деятельности в условиях поликультурной среды.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Теоретические основы межкультурной коммуникации.

Тема 2. Возникновение и развитие межкультурной коммуникации.

Тема 3. Вербальные и невербальные составляющие межкультурной коммуникации.

Тема 4. Проблема восприятия и понимания в межкультурной коммуникации.

Тема 5. Конфликт в процессах межкультурной коммуникации.

Тема 6: Методы обучения межкультурной коммуникации.

Тема 7. Межкультурные коммуникации в различных видах деятельности.

Тема 8. Специфика PR-деятельности в сфере внутренних коммуникаций организации.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4: умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: теоретические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; обладает знаниями, необходимыми для самостоятельного планирования и организации кампаний и мероприятий. Уметь: определять содержание основных этапов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; составлять план коммуникационных кампаний и мероприятий; внедрять в практику технологии планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий Владеть: практическими навыками оценки эффективности своей работы по планированию и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; методикой

ПК-6: способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	использования различных методов и технологий оценки эффективности планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; опытом самостоятельного составления плана коммуникационных кампаний и мероприятий. Знать: приемы организации эффективной корпоративной коммуникации, а так же виды и особенности внешней коммуникации в информационной среде общества; Уметь: выбирать наиболее эффективные средства и приемы коммуникации в той или иной ситуации общения; Владеть: навыками организации внутренней и внешней коммуникации современного предприятия
ПК-7: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: теоретические и практические аспекты самостоятельного планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: применить на практике основные этапы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий; внедрять в производство инновационные методы по планированию, организации и проведению коммуникационных кампаний; Владеть: практическими навыками оценки эффективности своей работы по подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий; методикой использования различных техник и технологий оценки эффективности подготовки и планированию коммуникационных кампаний и мероприятий; опытом самостоятельной оценки стандартных и нестандартных задач при планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.9.2	Межкультурная коммуникация в PR	7	Б1.Б.2. Иностранный язык, Б1.Б.10. Социология, Б1.Б.15.1. Психология массовых коммуникаций,	Б1.В.ОД.1.3 Предпринимательство в коммерческой сфере Б1.Б.19 Организация работы в отделах и агентствах по рекламе и связям с общественностью Б1.В.ДВ.9.1 PR-технологии в общественных коммуникациях

1.4. **Язык преподавания:** русский

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.В.ДВ.8.2. «Основы журналистской деятельности»

Трудоемкость _2_ з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целями изучения дисциплины «Основы журналистской деятельности» являются формирование углубленных базовых представлений о специфике журналистики как информационной социально- ориентированной деятельности, содержание которой заключается в создании авторских журналистских материалов для различных коммуникационных каналов и организации сотрудничества с другими производителями массовой информации в целях формирования контента СМИ. Дисциплина направлена на освоение специфики журналистского текста как особого продукта творческой деятельности, овладение способом данного рода деятельности и его основными жанровыми модификациями.

Краткое содержание дисциплины:

Введение в дисциплину. Журналистское творчество как профессиональная деятельность. Понятие о творчестве в философии и культурологии как о деятельности, порождающей нечто качественно новое и отличающейся неповторимостью, оригинальностью и общественно-исторической уникальностью. Специфичность творчества для человека. Понятие творческой личности. Мотивы и функции творчества. Механизм творческого процесса.

Социологические аспекты творчества.

Понятие информации. Реалии вещественно-энергетической и информационной природы как продукты творческой деятельности. Понятие информационного продукта, социальной и массовой информации. Дихотомия «массовая информация – специализированная информация». Массовое сознание, его роль для интеграции общества. Процесс формирования компонентов массового сознания (ценностей (эталонов восприятия); норм отношений (критериев социального поведения). Массовое и групповое сознание. Общественное мнение.

Массовый информационный поток и журналистика. Способы распространения массовой информации (МИ): спонтанный и организованный (институциональный). Формы существования МИ: пассивная, форма непроизвольной активности, форма произвольной активности. Дифференциация и интеграция как две взаимонаправленные тенденции в производстве МИ. **Журналистское произведение как знаковая система.**

Семиотика – наука о знаковых системах. Семиотика как супердисциплина XX – начала XXI в. Семантика, синтактика, прагматика как уровни семиотики. Информационный продукт в терминах семиотики. Семантика, синтактика и прагматика журналистского произведения.

Идейно-тематическое своеобразие журналистского произведения.

Слагаемые замысла: проблема, объект изучения, предмет изучения, гипотеза, собственный социальный опыт журналиста, факты. Источники замысла. Роль факта для журналистского произведения. Онтологический, гносеологический аспекты факта. Ситуация как совокупность взаимосвязанных между собой фактов, характеризующих в том или ином отношении положение на объекте. Виды ситуаций. Тема, поворот темы / постановка проблемы, идея текста.

Способы и методы творчества журналиста.

Понятие способа и его составляющие: метод творчества, операциональная структура творческого процесса, определяемая типовыми задачами, система технических средств, система морально- этических регуляторов творчества. Операциональная структура способа творчества. Стадиальность творческого процесса в журналистике. Источники журналистской информации: документ, человек, предметно-вещественная среда.

Система методов журналистского творчества. Специфика методологического обеспечения журналистики. Методологические уровни в творчестве журналиста: философский уровень (материализм и идеализм, диалектика и метафизика), общенаучные методы познания, используемые в журналистике в связи с ее социальными функциями: теоретические (анализ, синтез, индукция, дедукция и др.), специальные научные методы.

Методы предъявления информации в тексте. Элементарные выразительные средства (ЭВС) журналистики как специфические знаки. ЭВС фактологического ряда: факты, фактоиды, эмпирические обобщения. Функции ЭВС фактологического ряда. Методы предъявления ЭВС фактологического ряда: констатация, описание, повествование, характеристика, объяснение, рассуждение, типизация. ЭВС культурологического ряда. Методы предъявления ЭВС культурологического ряда. Система технических средств и процесс журналистского творчества. Роль компьютера в журналистском творчестве. Информационные сети. Рунет – российский сектор Интернета.

«Технический парк» журналистского творчества: телефон, автоответчик, пейджер, факс как оперативные средства связи. Средства фиксации информации: блокнот и диктофон, их взаимодополнительность. Тактики использования средств фиксации информации.

Система морально-этических регуляторов журналистского творчества. Морально-этические категории журналистики. Нравственные принципы журналистики. Этические нормы журналистики. Кодексы профессиональной этики журналиста. Морально-нравственные категории как доминанта системы профессионально-этических регуляторов, определяющая ключевые установки на профессиональную деятельность. Профессиональный долг. Профессиональная ответственность. Профессиональная совесть. Профессиональная нравственность. Профессиональное достоинство. Профессиональная честь. Нравственные принципы профессиональной деятельности журналиста как ее инструментарий. Моральные нормы.

Структура журналистского произведения

Элементы смысловой структуры текста: основная мысль, система тезисов, констатирующих и развивающих основную мысль, аналитическая оценка ситуации, иллюстрации к тезисам. Журналистское произведение и функционально-смысловые типы речи: повествование, рассуждение, описание. Комбинаторность функционально-смысловых типов речи в журналистском произведении.

Логические основы журналистского произведения.

Четыре логических закона. Понятие. Приемы образования понятий: сравнение, абстрагирование, синтез, обобщение. Объем и содержание понятий, соотношение между ними. Виды понятий. Виды определений: логическое, синонимическое, описательное, этимологическое. Понятие концепта. Виды суждений. Теория аргументации. Тезис, аргументы, демонстрация в структуре доказательства. Виды доказательств и аргументов.

Журналистское произведение как феномен словесного творчества

Общая классификация языковых средств в художественном и публицистическом тексте. Основные способы употребления слова в переносном значении. Сравнение, его современные модификации.

Метафора, ее роль в журналистском тексте. Метонимия, перифраз, гипербола, эвфемизм.

Специфика общения в журналистике

Общение как основа профессии журналиста. Понятие эмпатии. Уровни постижения собеседника: рациональный, эмоциональный, интуитивный. Выбор собеседника. Типы собеседника. Приемы слушания. Виды слушания. Стили общения в журналистике.

Жанры журналистики

Общая теория жанра. Понятие жанра. Жанрообразующие факторы. Основные группы журналистских жанров. Особенности работы над материалами разных жанров. Основные группы журналистских жанров: информационные, аналитические, художественно-публицистические. Общие характеристики информационных жанров.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
---	---

ОПК-4: умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; ПК-6: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; ПК-12: способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: 2. Знать: систему источников информации, сущность журналистской деятельности, технологию журналистской деятельности, систему информационных комплексов. 3. Уметь: искать и перерабатывать информацию, использовать систему информационных комплексов. 4. Владеть: методами адекватного отражения действительности в журналистском творчестве, навыками научного исследования в журналистике.
--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.8.2	Основы журналистской деятельности			

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.В.ДВ.8.3. «Принципы создания и роль креативного городского пространства в продвижении территории (сеть САФУ)»

Трудоемкость _2_ з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения:

изучение технологий создания креативных пространств

Краткое содержание дисциплины:

креативная экономика как новое направление в бизнесе, область самореализации, перспективное направление развития территорий. Проблемы российских городов: утрата существующих и отсутствие создания новых креативных пространств, проблема занятости лучших территорий офисами и крупными торговыми центрами, размывание исторического ядра городов, исключение из тела крупных городов мест, организованных под проявления индивидуальности, обмен идеями, коммуникацию людей, замена уникальных продуктов и услуг массовыми, маскирующимися под оригинальные, недостаточная емкость местного культурного наследия для того, чтобы удержать необходимый для наполнения центра города поток «фазовых посетителей» и туристов. Большой туристический поток как угроза креативности территории, источник фальш-панелей, заменяющих развитие креатива. Уникальность креативной индустрии. Коммуникативные городские площадки для развития уникальных видов деятельности как способ креативизации городского пространства.

Содержание коммуникативной площадки: активная форма досуга, общение людей «глаза в глаза» в процессе творческой деятельности, направленной на реализацию нестандартных, неформатных идей, человеческого воображения, без которых инновации невозможны. Цель организации креативных площадок как пространств экспонирования плодов творческой активности, перформанса - притягивание одарённых, талантливых людей, капитала. Связь организации пространства в городской среде с недвижимостью, объектами, которые будут затягивать в себя разные виды деятельности. Важность креативных пространств в городах, где отсутствуют значимые бренды или признанные школы творчества.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)	1. Знать: - технологии создания креативных пространств; - способы применения технологий в продвижении территорий 2. Уметь: - применять технологии в коммуникационных кампаниях 3. Владеть: <u>Владеть технологиями создания креативных индустрий</u> <u>Владеть практическими навыками</u> использования креативных индустрий в коммуникационных программах

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.8.3	Принципы создания и роль креативного городского пространства в продвижении территории (сеть САФУ)	7	Основы планирования, реализации и оценки эффективности PR-кампаний	Использование регионального искусства в создании рекламного продукта; Арт-технологии в продвижении территории

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.В.ДВ.9.1 «PR-технологии в общественных коммуникациях»
Трудоемкость _2_ з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цели: способствовать формированию и развитию навыков у студентов использования PR-технологий в деятельности общественных организаций, побуждению студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных особенностям применения PR в сфере общественных коммуникаций.

Краткое содержание дисциплины: Понятия «общественные коммуникации», «общественные организации, объединения, ассоциации». Специфика применения PR- технологий в деятельности общественных объединений. Виды и направления PR-деятельности в сфере общественных коммуникаций. Фандрейзинг.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
(ОПК-1) способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; (ПК-2) владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знать: сущность, формы, функции и виды PR-деятельности общественной организации, специфику PR в данной сфере. Уметь: применять на практике навыки организации PR-акций, мероприятий в сфере общественных коммуникаций. Владеть: навыками использования знаний при организации PR-деятельности общественных объединений.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Се ме стр изу че ни я	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.9.1	PR-технологии в общественных коммуникациях	8	Б.1.Б.14.1 Основы связей с общественностью	Б.1.Б.18.3. Реклама и связи с общественностью в образовании

1.4. Язык преподавания: русский

Аннотация
к рабочей программе дисциплины
Б.1.В.ДВ.9.2. «Связи с общественностью в социальной сфере (сеть СВФУ)»
Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: состоит в формировании теоретических знаний в области социальных коммуникаций; освоение полученных знаний в процессе осуществления будущей профессиональной деятельности; закрепление на практике сформированных умений для реализации социального PR-проектирования.

Задачи:

- изучение основных представлений о социальной сфере;
- получение системного комплекса знаний о социальных теориях;
- изучение инструментов, форм, методов, средств, технологий связей с общественностью в социальной сфере;
- изучение взаимосвязей и зависимостей связей с общественностью в социальной сфере от других сфер (политики, бизнеса, культуры);
- получение студентами практических навыков применения социальных технологий в общественных связях.

Краткое содержание дисциплины:

Связи с общественностью в социальной сфере функционируют в различных сферах общественной жизни, в том числе и социальной. Социальный PR – это популярный, но не всегда ясный феномен с точки зрения содержания и результатов реализации. Поэтому, основатель теории социальных связей с общественностью Карл Поппер предупреждал об их осторожном применении и настаивал на методах поэтапной, постепенной и частичной деятельности.

Общетеоретический курс дисциплины «Связи с общественностью в социальной сфере» включает в себя рассмотрение ряда вопросов, от изучения базовых понятий «социальная сфера», «связи с общественностью в социальной сфере» до исследования отдельных областей, представляющих для пиарологии особый интерес.

В рамках данной дисциплины рассматриваются следующие вопросы: история возникновения и развития социальной работы, субъекты и объекты связей с общественностью в социальной сфере, цель и задачи специалистов по рекламе и связям с общественностью в социальной сфере, их функции и принципы работы с целевыми группами.

Особое внимание уделяется теме методологии PR-сопровождения в социальной сфере, составления базовых документов для реализации социального PR-проекта, технологиям PR-проектирования и его медиасопровождения. Таким образом, в процессе изучения курса у слушателей формируется понимание природы и необходимости осуществления связей с общественностью в социальной сфере в условиях современных реалий.

Предлагаемые в данном курсе конкретные ситуации – кейсы направлены на предоставление возможности обучающимся работать в группах, использование полученной от преподавателя информации, снижающей уровень неопределенности, развитие умений и навыков систематизации и обобщения результатов работы.

Нормативный объем самостоятельной работы студентов для дисциплины составляет 36 ч. В программе курса также представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемой в ходе изучения дисциплины.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	<i>Обучающийся должен знать:</i> социальные функции и технологии; <i>уметь:</i> использовать на практике функции решения общественно значимых проблем средствами связей с общественностью; <i>владеть:</i> практическими навыками оценки эффективности PR-деятельности

ПК-5: способность реализовывать проекты и владением методами их реализации	<i>Обучающийся должен знать:</i> современное состояние проектной деятельности в социальной сфере; <i>уметь:</i> самостоятельно реализовать социальный проект; <i>владеть:</i> практическими методами реализации социальных проектов
--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.9.3	Связи общественности в социальной сфере (сеть СВФУ)	8	Б1.Б.14.1 Основы связей с общественностью Б1.Б.14.3 Основы проектной деятельности Б1.Б.15.2 Социология массовых коммуникаций Б1.Б.16.3 Профессиональные организации и объединения по рекламе и связям с общественностью Б1.Б.18.2 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	-

1.4. Язык преподавания: русский

Аннотация
к рабочей программе дисциплины
Б.1.В.ДВ.10.1. «Логика и теория аргументации»
Трудоемкость 2 з.е.

1.3. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование представлений у студентов о закономерностях человеческого мышления, подчинение которым является необходимым условием правильного построения мыслей в процессе рассуждения.

Краткое содержание дисциплины:

Предмет логики. Логический анализ языка. Понятие (элементы традиционной логики). Силлогистика (элементы традиционной логики). Виды правдоподобных рассуждений. Классическая логика высказываний. Классическая логика предикатов. Неклассическая логика.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3: обладание базовыми	знать:

навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; ПК-8: 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.	- основные понятия и законы логики; - формы мышления – понятие, суждение, умозаключение; - основы аргументации – доказательство и опровержение. уметь: - давать характеристику формам мышления; - правильно оперировать понятиями, суждениями и умозаключениями; - логически верно строить доказательство и опровержение. владеть: - навыками анализа, синтеза и обобщения как логическими приемами обработки информации; - навыками аргументации и ведения дискуссионного рассуждения.
---	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.10.1	Логика и теория аргументации	8		

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.В.ДВ.10.2. Социальная реклама (сеть СВФУ)

Трудоемкость 2 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения:

Курс социальной рекламы имеет целью

- выявить характеристику основных этапов и тенденций в развитии социальной рекламы, а также систему языков и методов социальной коммуникации;
- ориентирование будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью на творческое освоение социального пространства, формирование навыков нормативного регулирования общественных процессов и явлений;
- развитие у студентов гуманного отношения к окружающему миру и другим людям, уважения к ценностям современного общества, с учетом региональных, этнических, конфессиональных, возрастных и иных социальных групп.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие социальной рекламы. История возникновения и развития. Социальная реклама в России: основные участники, технологии производства и размещения. Социальная реклама и социальный PR. Современная законодательная база. Роль социальной рекламы в работе органов государственной власти. Взаимодействие с политическими технологиями. Бизнес и социальная реклама. Место социальной рекламы в деятельности некоммерческих и общественных организаций. Психологические аспекты воздействия. Эффективность рекламных кампаний.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с

планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные (ПК-8);	1. Знать: 1.1. Правовые основы рекламной деятельности; 1.2. Основные понятия социальной рекламы; 1.3. Основные правила, методологию социального рекламного сообщения 2. Уметь: 1. применять различные стили и композиционные средства в различных жанрах социальной рекламы; 2. разрабатывать социальные рекламные проекты; 3. работать с информацией в глобальных компьютерных сетях. 3. Владеть: <u>Владеть (методиками)</u> - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией; <u>Владеть практическими навыками</u> 3.1. навыком подготовки к производству социальной рекламы; 3.2. способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.10.3	Социальная реклама (сеть СВФУ)	8	Б1.Б.12.1 Основы анализа текста Б1.Б.12.2 Стилистика и литературное редактирование Б1.Б.12.3 Язык и стиль рекламы Б1.Б.12.4 Копирайтинг Б1.Б.13.1 Основы рекламы Б1.Б.13.2 История рекламы Б1.Б.13.3 Основы создания рекламного продукта (графика, дизайн) Б1.Б.13.4 Технология создания рекламного продукта	Б.3. Государственная итоговая аттестация

			Б1.Б.13.5 Психология рекламы Б1.Б.17.1 Телекоммуникационные и компьютерные технологии Б1.Б.17.2 Современные компьютерные технологии Б1.Б.17.3 Технологии разработки WEB-сайтов	
--	--	--	---	--

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б.1.В.ДВ.11.1. Основы статистики и бухгалтерского учета

Трудоемкость 3 з.е.

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование представлений о статистике и бухгалтерском учете, умений применять на практике полученные знания для реализации коммерческой деятельности, владеть методикой статистического и бухгалтерского обеспечения рекламных и PR-агентств. Задачи:

- изучение основных представлений о статистике и бухгалтерском учете;
- получение системного комплекса знаний о статистике и бухгалтерском учете;
- рассмотрение функций статистики и бухгалтерского учета;
- изучение зависимостей между статистикой и бухгалтерским учетом;
- определение места, роли, значения статистики и бухгалтерского учета в системе рекламы и PR;
- получение студентами практических навыков статистики и бухгалтерского учета.

Краткое содержание дисциплины:

Курс дисциплины «Основы статистики и бухгалтерского учета» призван привить студентам понимание основ данной деятельности. Общеуниверситетский курс включает в себя рассмотрение ряда вопросов, от изучения базовых понятий статистики и бухгалтерского учета до исследования отдельных областей, представляющих для науки особый интерес.

В рамках дисциплины рассматриваются следующие вопросы: история возникновения и развития статистики и бухгалтерского учета, условия осуществления статистики и бухгалтерского учета в рекламе и связях с общественностью. Особое внимание уделяется составлению базовых документов для обеспечения статистики и бухгалтерского учета. Таким образом, в процессе изучения курса у студентов формируется понимание природы и необходимости осуществления статистики и бухгалтерского учета в рекламе и связях с общественностью в современных условиях.

Предлагаемые в данном курсе конкретные ситуации – кейсы направлены на предоставление студентам возможности работы в группе на едином проблемном поле; на использование структурированной информации, снижающей степень неопределенности; на возможность более глубокого понимания теоретических концепций и их истоков; на выработку навыков простейшего обобщения.

Особое внимание уделяется теме методики реализации статистики и бухгалтерского учета. Таким образом, в процессе изучения курса у слушателей формируются знания, умения и навыки их осуществления.

Самостоятельная работа студентов подразумевает написание отчетных документов; подготовку к устным опросам; решение кейсов.

В программе курса представлен список основной, дополнительной литературы и информационное сопровождение, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине
владением знаниями работы и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью (ОПК-2);	<i>Обучающийся должен знать:</i> • назначение статистики и бухгалтерского учета; <i>уметь:</i> • применять статистику и бухгалтерский учет; <i>владеть:</i> • практическими навыками сбора информации для статистики и бухгалтерского учета
способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации,	<i>Обучающийся должен знать:</i> • особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; <i>уметь:</i>
осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);	• подготовить статистический отчет о деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью; <i>владеть:</i> • практическими навыками составления бухгалтерского учета

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.11.1.	Основы статистики и бухгалтерского учета	4	Б.1.Б.4 Экономика	

1.4. Язык преподавания: русский

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б.1.В.ДВ.11.2. Социология рекламы
Трудоемкость 3 з.е.

1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование у студентов научных представлений о рекламе, технологии её функционирования, роли социологических исследований в рекламном бизнесе; изучение технологии функционирования рекламы как бизнеса; ознакомление с исследовательской практикой; выработка навыков исследовательской деятельности в рекламе.

Краткое содержание дисциплины:

Социология рекламы как научное направление анализа функционирования общественного института рекламы и применения социологических методов сбора и обработки информации для рекламного бизнеса, современной рекламной индустрии.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Способностью организовать и проводить социологические исследования (ПК-10)	Знать: - теоретические и методологические основы исследования системы массовой коммуникации как социального явления и социального процесса; - особенности информационного влияния массовой коммуникации на различные социальные структуры; - основные методы исследования системы массовой коммуникации и аудитории как объекта ее воздействия; Уметь: - анализировать деятельность системы массовой коммуникации; - вычленять в системе массовой коммуникации основные содержательные и функциональные составляющие; Владеть: - методами, позволяющими вести эмпирические исследования аудитории и системы массовой коммуникации с целью оптимизации ее деятельности; - основными теоретическими знаниями, необходимыми современным специалистам в области связей с общественностью.
Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)	Знать: -особенности и структуру таких документов, как экспертное заключение и отчет; Уметь: -составить такие документы, как экспертное заключение и отчет; Владеть: -навыками написания экспертных заключений и отчетов

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля),	Семе стр	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик
--------	-----------------------------------	-------------	---

	практики	изуче ния	на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.1 1.3.	Социология рекламы	8	Б1.Б.15.2. Социология массовой коммуникации. Б.1.Б.16.6. Ситуационный анализ. Б1.В.ОД.1.4. Менеджмент и маркетинг в связях с общественностью. Б.2.П.3. Проектная практика.	Б.2П.4. Преддипломная практика. Б3. Государственная итоговая аттестация

1.4. Язык преподавания: русский.

**Аннотация
к рабочей программе дисциплины
Б.1.В.ДВ.10.2. «Журналистское творчество»
Трудоемкость 2 з.е.**

1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: подготовить студентов к выполнению журналистских обязанностей на соответствующем профессиональном уровне, научить самостоятельной творческой работе в журналистском коллективе.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Понятие о журналистском творчестве. Факторы, формирующие систему профессиональных обязанностей журналиста

Тема 2. Журналистское произведение как особый тип текста. Специфика темы журналистского текста. Специфика идеи журналистского текста.

Тема 3. Факт в журналистике. Фактологический ряд элементарных выразительных средств (ЭВС) журналистики.

Тема 4. Образ в журналистике. Культурологический ряд элементарных выразительных средств (ЭВС) журналистики.

Тема 5. Средства организации журналистского текста. Композиция и монтаж. Заголовочный комплекс. Лид.

Тема 6. Способ журналистского творчества. Стадии познавательной деятельности журналиста. Стадии создания текста.

Тема 7. Система методов журналистского творчества. Методы познавательной деятельности. Работа с документами. Метод наблюдения. Методы предъявления информации в тексте.

Тема 8. Организаторская работа журналиста.

Тема 9. Жанр как понятие теории и практики журналистики. Жанрообразующие признаки текстов. Понятие новости. Репортаж. Заметка отчет. Интервью. Реплика. Комментарий. Колонка. Рецензия. Статья. Обзорение. Письмо. Расследование.

Тема 10. Новые жанры в аналитической журналистике. Социологическое резюме.

Мониторинг. Рейтинг. Прогноз. Версия. Эксперимент. Исповедь. Рекомендация.

Аналитический пресс-релиз Тема 11. Жанры художественной публицистики. Зарисовка.

Эссе. Эссе. Зарисовка. Памфлет. Фельетон.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения программы (содержание и коды компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3 – обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.	Знать: специфику и основные классификации текстов рекламы и текстов по связям с общественностью; знать основы литературного редактирования и копирайтинга; Уметь: анализировать тексты по рекламе и связям с общественностью, учитывая их специфику и прагматическую направленность; Владеть: базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью.
ПК-7 – способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	Знать: основное содержание коммуникационной кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью; Уметь: использовать знания основных требований к содержанию коммуникационной кампании при решении задач, связанных с планированием, подготовкой и проведением коммуникационных кампаний и мероприятий в рекламной деятельности и связях с общественностью; Владеть: навыками планирования, подготовки и проведении коммуникационной кампании и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-12 – способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	Знать: специфику основных профессиональных функций специалиста в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: правильно понимать целесообразность поставленных руководителем рекламных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Владеть: навыками эффективного решения основных профессиональных задач в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.В.ДВ.10.2	Журналистское творчество			

1.4. Язык преподавания: русский

Зав.кафедрой рекламы и связей с общественностью

Сальникова О.М.