

АННОТАЦИЯ Учебной дисциплины «Введение в имиджологию»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Введение в имиджологию» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Введение в имиджологию» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», «Технологии управления общественным мнением», а также со всеми видами производственной практики. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к деятельности по формированию и управлению имиджем в разных сферах (в повседневной жизни, органах законодательной и исполнительной власти, бизнесе и шоу-бизнесе, социокультурной сфере).

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint, Excel).

Основная **цель** дисциплины «Введение в имиджологию» состоит в формировании ключевых компетенций бакалавров по рекламе и связям с общественностью, необходимых для понимания роли имиджа и его коммуникативно-управленческой сущности в информационном обществе, интерпретации психологических механизмов его восприятия и оценки в процессе коммуникации.

Задачи дисциплины «Введение в имиджологию»:

- сформировать у студентов знания о сущности, структуре и моделях коммуникативно-управленческого феномена имиджа, его роли, места и факторах эффективности в системе современных социальных коммуникаций;
- обучить умению формирования и поддержания off- и online имиджа субъекта / объекта в разных сферах (в повседневной жизни, органах законодательной и исполнительной власти, бизнесе и шоу-бизнесе, социокультурной сфере).
- развить навыки мотивационного управления целевой аудиторией посредством овладения способами, средствами и технологиями формирования и поддержания внутреннего и внешнего имиджа субъекта / объекта (политического лидера, шоумена, руководителя, организации или региона).

Приобретенные студентами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой и информационно-технологической деятельности в сфере социальных медиа, выполнения научно-исследовательской работы в области социальных коммуникаций, успешного прохождения государственной итоговой аттестации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владение технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет (СПК-1).

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, семинарские занятия, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «История»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «История» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «История» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «История и теория религии», «Религиоведение», «Политология».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий (14 часов) с семинарскими занятиями (14 часов).

Основная **цель** дисциплины «История» состоит в ознакомлении студентов с основами научного исторического познания и ключевыми событиями в истории России.

Задачи дисциплины «История»:

1) сформировать у студентов общее представление о процессе, источниках и методах научного исторического познания;

2) на историческом материале отточить навыки и методы работы с информацией (анализ, обобщение, сравнение, выделение главного и второстепенного, установление причинно-следственных связей и проч.);

3) на историческом материале отточить навыки самостоятельной подготовки доклада (сообщения) и публичного выступления с ним;

4) сформировать у студентов представление об основных событиях истории России, способствовать формированию у них активной гражданской позиции.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будет сформирована следующая **ключевая общекультурная компетенция:**

– ОК-2 – способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, выполнение практических заданий, участие в различных формах работы (доклады с оппонированием, дебаты, викторины и проч.). Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Компьютерные диагностические системы»

Направление подготовки: 42.03.1 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 3 года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Компьютерные диагностические системы» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является курсом по выбору. Курс «Компьютерные статистические системы» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Экономика», «Компьютерные диагностические системы», «Компьютерные статистические системы» «Маркетинговые исследования в сети Интернет». Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено проведение всех занятий (практических) в компьютерном классе, с возможностью выхода на различные сервисы сети Интернет; с использованием специализированного программного обеспечения (пакеты для статистической обработки IBM SPSS Statistics и StatSoft Statistica).

Основная **цель** дисциплины «Компьютерные статистические системы» состоит в ознакомлении студентов с математической статистикой и математическими методами анализа данных, применяющимися в маркетинговых и социологических исследованиях; при разработке технико-экономического обоснования проектных разработок в области сферы социальных коммуникаций.

Задачи дисциплины «Компьютерные статистические системы»:

5) формирование у студентов теоретических представлений о статистических методах обработки данных;

6) формирование у студентов практических навыков применения статистических методов обработки в исследованиях;

7) формирование у студентов навыков работы со специализированным программным обеспечением для проведения статистической обработки данных.

Изучаемые методы необходимы для написания выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

– ОК-3 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

– СПК-5 – готовность использовать инструменты и средства Интернет для проведения маркетинговых исследований, владеть методами поиска информации в Интернете; способность проведения опросов и сбора маркетинговой информации о пользователях глобальной сети.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Компьютерные статистические системы»

Направление подготовки: 42.03.1 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 3 года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Компьютерные статистические системы» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является курсом по выбору. Курс «Компьютерные статистические системы» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Экономика», «Компьютерные диагностические системы», «Маркетинговые исследования в сети Интернет». Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено проведение всех занятий (практических) в компьютерном классе, с возможностью выхода на различные сервисы сети Интернет; с использованием специализированного программного обеспечения (пакеты для статистической обработки IBM SPSS Statistics и StatSoft Statistica).

Основная **цель** дисциплины «Компьютерные статистические системы» состоит в ознакомлении студентов с математической статистикой и математическими методами анализа данных, применяющимися в маркетинговых и социологических исследованиях; при разработке технико-экономического обоснования проектных разработок в области сферы социальных коммуникаций.

Задачи дисциплины «Компьютерные статистические системы»:

8) формирование у студентов теоретических представлений о статистических методах обработки данных;

9) формирование у студентов практических навыков применения статистических методов обработки в исследованиях;

10) формирование у студентов навыков работы со специализированным программным обеспечением для проведения статистической обработки данных.

Изучаемые методы необходимы для написания выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

– ОК-3 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

– СПК-5 – готовность использовать инструменты и средства Интернет для проведения маркетинговых исследований, владеть методами поиска информации в Интернете; способность проведения опросов и сбора маркетинговой информации о пользователях глобальной сети.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Математика»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Математика» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Предметом изучения этой дисциплины являются фундаментальные понятия математики: вещественное число, функция, производная, интегралы, ряды, случайные события и случайные величины. Для освоения дисциплины «Математика» необходимы знания и умения, полученные в средней школе в рамках изучения предметов «Алгебра и начала анализа» и «Геометрия». Дисциплина «Математика» развивает у студентов аналитическое и логическое мышление через освоение математических методов рассуждений. Предмет логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Основы маркетинга», а также с практикой в профессиональной сфере. Программа курса ориентирована на практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями.

Основная **цель** дисциплины «Математика» состоит в ознакомлении студентов с математическими методами анализа данных, которые применяются в экономических и социальных исследованиях; являются основой для построения математических моделей процессов и систем.

Задачи дисциплины «Математика»:

1) сформировать у студентов положительную мотивацию на использование современных математических методов в фундаментальных прикладных исследованиях;

2) дать знания об основных математических понятиях и их применении для представления и анализа результатов аналитического исследования;

3) способствовать овладению студентами навыками решения математических задач, построения математических моделей процессов и систем, в том числе используемых в сфере социальных коммуникаций.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будет сформирована **компетенция ОПК-1** – способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: устный экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Основы теории коммуникации»

Направление подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й и 2-й семестры, 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Основы теории коммуникации» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Основы теории коммуникации» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Философия», «Психология личности» и производственными практиками. При знакомстве с особенностями коммуникации на межличностном, групповом и массовом уровне в рамках курса «Основы теории коммуникаций» у студентов формируется системное видение по эффективному и рациональному решению профессиональных задач в сфере социальных коммуникаций.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими и практическими занятиями. Семинарские и практические занятия проводятся с использованием таких образовательных технологий, как проблемное, групповое и проектное обучение, кейс-стади.

Основная **цель** дисциплины «Основы теории коммуникации» состоит в формировании у студентов системного представления о феномене коммуникации, которое должно стать основой теоретической и практической готовности бакалавров к профессиональной деятельности в сфере социальных коммуникаций.

Задачи дисциплины «Основы теории коммуникации»:

14) сформировать у студентов положительную мотивацию на использование различных теоретических моделей коммуникации в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

15) дать знания о коммуникации как полиаспектном феномене социальности, о междисциплинарности современных исследований коммуникативных процессов систем различных уровней;

16) познакомить с основными законами, аксиомами, структурами и моделями социальной коммуникации;

17) продемонстрировать специфику коммуникационного процесса при планировании и проведении рекламных и PR- кампаний.

Важной особенностью курса является передача знания, которое не только прямо (объективно, методически) используется в профессиональной деятельности, а опосредованно влияет на формирование профессионального мышления будущего коммуникатора; формирует профессиональный язык, культуру обсуждения коммуникативных концепций, презентацию собственной профессиональной позиции, позволяет адекватно войти в профессиональное сообщество. Изучаемые вопросы необходимы для освоения профильных дисциплин, а также для выполнения проектных и выпускных квалификационных работ. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будет сформирована следующая **ключевая профессиональная компетенция**:

– ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины; выполнение этих работ является обязательным для всех студентов. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Формы итогового контроля: дифференцированный зачет и экзамен.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Правоведение»

| | |
|---|---|
| Цели освоения дисциплины | Создание условий для освоения необходимого объема знаний, формирование знаний, умений и навыков, применяемых в области правового регулирования общественных отношений. |
| Место дисциплины в учебном плане и трудоемкость в зачетных единицах | <p>Учебная дисциплина «Правоведение» относится к базовой части блока Б1, является обязательной для изучения и обеспечивает правовую подготовку бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».</p> <p>Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы, 72 часа, из которых 28 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (12 часов – занятия лекционного типа, 16 часов – занятия семинарского, практического типа), 44 часов составляет самостоятельная работа обучающегося.</p> |
| Формируемые компетенции | – способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4). |
| Знания, умения и навыки, формируемые в результате освоения дисциплины | <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none">- знать: предпосылки возникновения государства и права, характерные черты основных правовых семей мира, основные принципы реализации и применения права в РФ, конституционные характеристики российского государства, содержание норм основных отраслей действующего права РФ.- уметь: определять факторы, влияющие на направления государственного и правового развития в РФ, делать содержательный анализ правовых норм, включая соответствие этих норм требованиям экономики и социально-политической жизни российского общества, соотносить поведение субъекта с существующими правовыми эталонами;- владеть: навыком ведения дискуссий по правовым вопросам, навыком правового анализа документа, практических ситуаций, правовой квалификации событий и действий. |
| Содержание дисциплины | <ol style="list-style-type: none">1. Основные понятия о государстве.2. Основные понятия о праве.3. Основы конституционного права РФ.4. Основы гражданского права РФ. |

| | |
|--|--|
| | <p>5. Основы семейного права РФ.</p> <p>6. Основы трудового права РФ.</p> <p>7. Правонарушение и юридическая ответственность.</p> |
| Виды учебной работы | Лекции, консультации, практические и семинарские занятия, самостоятельная работа. |
| Характеристика образовательных технологий, информационных, программных и иных средств обучения, с указанием доли аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах | <p>Интернет-ресурсы: http://law.edu.ru/; http://yurpsy.fatal.ru/; http://www.jurpsy.ru/; http://www.juristlib.ru/; http://www.tarasei.narod.ru/uchfjurp.html; http://planetaprava.ru/encyclopaedia/folder-books/folder; http://window.edu.ru/catalog/resources;</p> <p>http://www.edu.ru/ – Российское образование: федеральный образовательный портал.; www.legal.ru – сервер для юристов; www.lawlibrary.ru – электронная библиотека Спарк; www.elibrary.ru– научная электронная библиотека.</p> <p>http://www.un.org; http://www.mid.ru; http://www.icj-cij.org; http://www.unhchr.ch;</p> <p>http://www.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil</p> <p>Доля аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 30%.</p> |
| Формы текущего контроля успеваемости студентов | Устный опрос, дискуссия, доклады. |
| Виды и формы промежуточной аттестации | Зачет |

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры»

Направление подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Сетевые сообщества и субкультуры» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору студента. Курс «Сетевые сообщества и субкультуры» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Культурология», «Социальные медиа». Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к профессиональной деятельности в социальных медиа.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа). При её изучении предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими и практическими занятиями. Семинарские занятия проводятся с использованием таких образовательных технологий, как проблемное, групповое и проектное обучение, кейс-стади. Проведение всех практических занятий предусмотрено в компьютерном классе, с возможностью выхода на различные сервисы сети Интернет.

Основная **цель** дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры» состоит в формировании у студентов профессиональной компетентности в вопросах возникновения, функционирования и взаимодействия сетевых сообществ и субкультур, порожденных информатизацией общества и распространением социальных медиа.

Задачи дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры»:

18) сформировать у студентов толерантность в восприятии социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий, характерных для субъектов коммуникации;

19) дать знания о механизмах возникновения, функционирования и взаимодействия сетевых сообществ, ценностных и нормативных аспектах сетевых субкультур;

20) развивать профессиональное мышление, опирающееся на современные научные теории и подходы к изучению коммуникации сетевых сообществ и субкультур;

21) продемонстрировать специфику сетевой коммуникации и её выстраивания на различных коммуникационных платформах Интернета с учетом требований сетевого этикета.

Изучаемые вопросы необходимы для освоения профильных дисциплин, ориентированных на работу с социальными медиа, а также для выполнения проектных и дипломных работ. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

– ОК-6 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

– СПК-6 – способность реализовывать знания о механизмах возникновения, функционирования и взаимодействия сетевых сообществ, ценностных и нормативных аспектах сетевых субкультур.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины, выполнение этих работ является обязательным для всех студентов. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Социология сетевых коммуникаций»

Направление подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Социология сетевых коммуникаций» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Социология сетевых коммуникаций» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Основы теории коммуникации», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», а также со всеми видами производственной практики. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской и практической деятельности в сфере социальных медиа (Интернет).

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими и практическими занятиями. Семинарские и практические занятия проводятся с использованием таких образовательных технологий, как проблемное, групповое и проектное обучение, кейс-стади.

Основная **цель** дисциплины «Социология сетевых коммуникаций» состоит в формировании у студентов компетентности в организации профессиональной деятельности в условиях сетевого информационно-коммуникативного общества.

Задачи дисциплины «Социология сетевых коммуникаций»:

22) сформировать у студентов положительную мотивацию на использование различных теоретических моделей сетевой коммуникации в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

23) дать знания о сетевой природе современного информационно-коммуникативного общества, о классификации и содержании сетевых коммуникаций;

24) познакомить с возможностями блог-сервисов в профессиональной деятельности с учетом специфики данного коммуникативного инструмента;

25) продемонстрировать учет специфики сетевых коммуникаций при планировании и проведении рекламных и PR- кампаний в Интернете (социальных медиа).

Изучаемые вопросы необходимы для освоения профильных дисциплин, ориентированных на работу с социальными медиа, а также для выполнения проектных и дипломных работ. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

– ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

– СПК-7 – готовность к использованию возможностей блог-сервисов в профессиональной деятельности с учетом специфики данного коммуникативного инструмента.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины, выполнение этих работ является обязательным для всех студентов. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Формы итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Технологии управления общественным мнением»

Направление подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Технологии управления общественным мнением» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы теории коммуникации», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Введение в имиджологию», а также с производственными практиками и ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской и практической профессиональной деятельности в сфере социальных коммуникаций, в том числе и в Интернет.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими занятиями. Семинарские занятия проводятся с использованием таких образовательных технологий, как проблемное, групповое и проектное обучение, кейс-стади.

Основная **цель** дисциплины «Технологии управления общественным мнением» состоит в ознакомлении студентов с институтом общественного мнения и технологиями управления им в офлайн и онлайн системах (Интернете).

Задачи дисциплины «Технологии управления общественным мнением»:

26) сформировать у студентов положительную мотивацию на использование различных технологий управления общественным мнением в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;

27) дать знания о структуре общественного мнения, его функциях и роли в обеспечении внутренней и внешней коммуникации организации / базисного субъекта;

28) познакомить с технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет;

29) продемонстрировать механизм формирования и структурные элементы общественного мнения на основе методов его изучения и анализа.

Изучаемые вопросы необходимы для освоения профильных дисциплин, а также для выполнения проектных и выпускных квалификационных работ. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

– ПК-6 – способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

– СПК-1 – владением технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос и выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины, выполнение этих работ является обязательным для всех студентов. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «SMM – кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «SMM – кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности» входит в факультативную часть ООП бакалавриата. Курс «SMM – кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», «Правовое регулирование в PR и рекламе», «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Письменные коммуникации: Практикум».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа). Курс локализован на MOOC-платформе электронного обучения Coursera. Курс состоит из 4 учебных модулей, материал каждого модуля курса структурирован в виде видеолекций с интеграцией демонстрационных анимаций и презентаций, рекомендаций по организации самостоятельной работы и практических заданий различного типа.

Основной **целью** дисциплины «SMM – кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности», являющейся составной частью общей специализации «Цифровой SMM-проект: виртуальная платформа для бизнес-коммуникаций», является формирование базовых знаний и навыков использования социальных сетей и социальных медиа в продвижении и сопровождении цифрового личного, гражданского или бизнес-проекта на платформе социальных медиа.

Задачи дисциплины «SMM – кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности» заключаются:

- в обучении базовым и специфическим навыкам продвижения собственного продукта (личный аккаунт/услуга/товар/компания/бренд, блог) и другим видам маркетинговых коммуникаций (включая брендинг, мониторинг, клиентскую поддержку и рекрутинг) с помощью социальных медиа;
- в формировании представлений о стратегии реализации цифрового проекта в социальных медиа, включая знакомство с основами информационного права;
- в овладении студентами навыками начального графического дизайна в социальных сетях, контент-менеджмента и комьюнити-менеджмента, в том числе технологиями защиты информации в сети Интернет;
- в построении стратегии присутствия в социальных сетях личности, компании, бренда.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **специальные профессиональные компетенции**:

- СПК-8 - демонстрация социально ответственного поведения посредством соблюдения правовых норм профессиональной онлайн деятельности;
- СПК-9 - владение технологиями защиты информации в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: письменное домашнее задание (написание эссе, анализ кейс-стади и решение ситуативных задач, мини-проектные работы), которое предусматривает проверку заданий в режиме «peer-to-peer». Еще одной формой текущего контроля является тестирование. Тестирование предусматривает автоматический режим проверки и базируется на вопросах, обозначенных в лекциях и дополнительных источниках информации, изучаемых в ходе самостоятельной работы. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

«Безопасность жизнедеятельности» является дисциплиной базовой части, выступает ориентиром изучения основных теоретических и практических знаний в области безопасности жизнедеятельности. Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» предоставляет теоретические и прикладные знания для организации и проведения всех видов производственной практики.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия предполагают обучение использованию специальных средств пожаротушения, индивидуальных средств защиты и т.п.

Основная **цель** дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» состоит в формировании у студентов представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями физической и психологической безопасности и защищенности человека.

Задачи дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» заключаются:

- в изучении различных видов опасностей в процессе жизнедеятельности человека;
- в ознакомлении со способами защиты человека от различных видов опасностей в различных условиях (нормальных, повышенной сложности, экстремальных) и средах (производственной, бытовой, природной) обитания;
- в формировании навыков оказания первой помощи человеку в случае чрезвычайных ситуаций.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будет сформирована следующая **общекультурная компетенция:**

- ОК-9 – способность использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Блоггинг»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Блоггинг» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору. Курс «Блоггинг» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Социальные медиа», «Основы интегрированных коммуникаций», «Статистика», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы медиапланирования», а также со всеми видами производственной практики и ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями.

Основная **цель** дисциплины «Блоггинг» – формирование у бакалавров, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью», знаний о деятельности по ведению блогов, включающих их создание, наполнение и продвижение, а также развитие умений и навыков эффективного использования данного вида социальных медиа в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

Задачи дисциплины «Блоггинг» заключаются:

- 1) в формировании базовых знаний о специфике блоггинга как особого типа онлайн-коммуникаций;
- 2) в развитии практических умений по созданию и продвижению блогов, том числе с учетом данных проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) заказчика;
- 3) в формировании навыков использования блогов для решения профессиональных задач.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности, а также для прохождения всех видов производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

ПК-4 – владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

ПК-12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Выборные технологии»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Работа с социальными медиа.

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр.

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 4-й год обучения.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата:

Дисциплина «Выборные технологии» входит в Базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Учебный курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Основы брендинга», «Работа с текстами в PR и рекламе», «Дизайн в PR и рекламе», «Основы компьютерного дизайна: практикум». Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями. В учебном процессе используются активные и интерактивные технологии обучения.

Цель дисциплины «Выборные технологии» состоит в подготовке выпускника к решению профессиональных задач в избирательных кампаниях.

Задачи дисциплины:

- Изучить категориальный аппарат выборных технологий.
- Выявить организационные и инструментальные аспекты выборных технологий.
- Ознакомиться с основами планирования и осуществления мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения идей, политических лидеров и организаций, решения других коммуникационных задач в рамках избирательных кампаний, используя методы конструирования сообществ субъектов политической сферы, работы с блогосферой, репутационного менеджмента и т.д.
- Исследовать основные формы политической коммуникации применительно к избирательному процессу.
- Показать ролевые и статусные позиции политического консультанта.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках избирательных кампаний, а также для выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции:**

- способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16);
- способность планировать и осуществлять мероприятия по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения коммерческих и некоммерческих организаций, идей, лидеров, государственных субъектов и решения других коммуникационных задач, используя методы конструирования сообществ бренда субъекта социальных коммуникаций, работы с блогосферой, репутационного менеджмента и т.д. (СПК-3).

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины, создание мультимедийных презентаций. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма промежуточного контроля: экзамен

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й год, 2-й семестр

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору студента. Она взаимосвязана (логически и содержательно-методически) с такими дисциплинами ООП, как «История», «Философия», «Социология», «Политология», «Культурология», «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», производственной практикой. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к будущей профессиональной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 час). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием компьютерных технологий (Microsoft Power Point, Prezi).

Основная **цель** дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций» состоит в формировании у студентов общих представлений об особенностях генезиса рекламы и PR как социальных коммуникаций, практик и объектов научного социально-гуманитарного знания, анализа его (генезиса) интерпретаций; а также в формировании у них соответствующих общекультурных и профессиональных компетенций.

Задачи дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций»:

30) ознакомление студентов с профессиональной и научной (историко-культурной и методологической) терминологией из области социальных коммуникаций;

31) обучение их основам социокультурного анализа основных этапов генезиса (прото-) рекламных и (прото-) PR-коммуникаций и их социальных функций в контексте развития общества; анализа его (генезиса) различных интерпретаций;

32) содействие формированию мировоззренческой позиции и методологической культуры студентов на примерах реконструкции различных периодов генезиса (прото-) рекламы и (прото-) PR как социальных практик;

33) развитие навыков работы с историческими источниками по проблематике социальных коммуникаций и написания кратких исторических обзоров генезиса (прото-) рекламы и (прото-) PR в различные периоды развития общества.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы, как минимум, следующие **общекультурные и ключевые профессиональные компетенции**:

- ОК-1 – способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- ПК-11 – способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины (подготовка рефератов, аналитических записок, кратких исторических обзоров, электронных презентаций). Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Дизайн в PR и рекламе»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Дизайн в PR и рекламе» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору студента. Курс «Дизайн в PR и рекламе» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Основы интегрированных коммуникаций», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Организация специальных мероприятий», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Основы компьютерного дизайна: практикум», «Работа с текстами в PR и рекламе», «Выборные технологии», «Семиотика рекламы и связей с общественностью», ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов в области визуальных коммуникаций.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проходят на базе компьютерного класса, включают обязательное изучение графической программы «Adobe Photoshop Extended CS5».

Основная **цель** дисциплины «Дизайн в PR и рекламе» - формирование базовых знаний в области истории и методологии дизайна, необходимых для организации подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной и PR-продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и новых медиа.

Задачи дисциплины:

- подготовка бакалавров к анализу и разработке элементов дизайна для проектирования визуальных коммуникаций в PR и рекламе, с целью дальнейшего их использования при подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной и PR-продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- формирование знаний в области истории дизайна в контексте эстетического, технологического и социокультурного функционирования дизайна;
- формирование навыков критической оценки эффективности PR и рекламных коммуникаций с точки зрения дизайна.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции:**

- 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;
- ПК-16 – способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ
Учебной дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет» входит в вариативную часть ООП бакалавриата. Курс «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Производственная практика: практика в профессиональной сфере», «Основы интегрированных коммуникаций», ГИА.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современного ПО и облачных сервисов (Microsoft Office 2013, Google Drive).

Основной **целью** дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации» является формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для осуществления интегрированных маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.

Задачи дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации» заключаются:

- в формировании базовых знаний о специфике интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- в знании студентами основ практических умений осуществления интегрированных маркетинговых коммуникаций в сети Интернет;
- в овладении студентами основами проведения маркетинговых исследований в сети Интернет для формирования комплексной стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций в Интернет;
- в формировании навыков самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых электронных коммуникационных сервисов и работы с ними.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

- ПК-9 - способность проводить маркетинговые исследования;
- СПК-2 - способность оптимально использовать Интернет-ресурсы в интегрированных маркетинговых коммуникациях организации.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Искусство продаж»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-ый семестр 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Искусство продаж» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Искусство продаж» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Шедевры мировой литературы», «История русской и зарубежной литературы», «Политология», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», а также со всеми видами производственной практики и ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности в области социальных коммуникаций.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практики реализуются в формате тренинга продаж.

Основная **цель** дисциплины «Искусство продаж» - знакомство бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» с сущностью и принципами построения системы коммерческой деятельности, конкретными механизмами управления продажами в розничной и оптовой торговле.

Задачи дисциплины «Искусство продаж» заключаются:

- в ознакомлении студентов с основами коммерческой деятельности предприятий;
- в формировании у студентов комплекса базовых понятий, терминов и концепций организации продаж в современной рыночной экономике;
- в развитии у студентов практических навыков в сфере экономического анализа и планирования, по разработке и экспертизе бизнес-планов в различных отраслях экономики;
- в понимании студентами сущности и практических основ личных продаж, в том числе важности коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- в формировании у студентов практических навыков в области управления продажами, включая составление аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся управлять продажами, а также для прохождения всех видов производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-5 – способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- ПК-11 – в способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ
Учебной дисциплины «История и теория религии»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Работа с социальными медиа

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «История и теория религии» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору. Курс «История и теория религии» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Религиоведение», «Политология» и «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании». Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями.

Основная **цель** дисциплины «История и теория религии» состоит в ознакомлении студентов с содержанием вероучения, культовой практикой, основами этики и общим мировоззрением различных религий, изучении влияния религиозного мировоззрения на формирование облика современных культур человечества.

Задачи дисциплины «История и теория религии»:

- 34)изучить специфические характеристики основных видов религий;
- 35)определить основные подходы к пониманию проблемы происхождения религии;
- 36)дать знания о структуре религии;
- 37)дать знания об особенностях доктрины и религиозной практики исторических религий;
- 38)конкретизировать знания об основах современной духовной культуры, что позволит сформировать уважительное и толерантное отношение к религиозным убеждениям значительной части человечества;
- 39)сформировать представления о принципах и механизмах коммуникации в конфессиональных сообществах, в том числе в сетевом обществе;
- 40)освоить навыки самостоятельной работы с учебной и научной литературой по религиоведению.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-2 – способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- СПК-4 – знание принципов и механизмов коммуникации в сетевых сообществах.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, написание контрольной работы. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для допуска студента к сдаче зачёта. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «История мирового искусства»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения

| | |
|---|---|
| Цели и задачи дисциплины | <p>Целью освоения дисциплины «История мирового искусства» является формирование у студентов целостной картины механизмов и закономерностей развития художественного процесса, а так же знакомство с содержанием и особенностями отечественного и зарубежного искусства в контексте культурно-исторической динамики.</p> <p>Основные задачи учебной дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none">- знакомство студентов со спецификой и сущностью художественно-образного языка в искусстве; типологией и классификацией искусств;- освоение принципов формирования художественных стилей, направлений и течений разнообразных видов искусства в контексте доминирующих в рамках данной культуры ценностей и смыслов;- знакомство с ключевыми памятниками изобразительного искусства и архитектуры;- развитие умения работать с научно-теоретическими источниками по проблемам культуры и искусства. |
| Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата | Вариативная часть Блока I (раздел «Дисциплины по выбору»). |
| Общая трудоемкость дисциплины | 2 зач. ед. (72 часа). |
| Формируемые компетенции | ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию; 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. |
| Краткое содержание дисциплины | Возникновение и ранние формы культуры и искусства. Искусство древнейших цивилизаций. Искусство Античности. Средневековое искусство западной Европы. Искусство эпохи Возрождения. Западноевропейское Искусство Нового времени. Искусство XX века. Отечественное искусство. |
| Виды учебной работы | Лекции, семинары, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся. Доля аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 20%. |
| Ресурсное обеспечение | <p>Основная учебная литература:</p> <ol style="list-style-type: none">1. История искусств: [учебное пособие по направлению "Искусства и гуманитарные науки" / Г. А. Коробова, Л. И. Корсикова, Е. Ю. Липец и др.]; под науч. ред. Г. В. Драча, Т. С. Паниотовой Москва: Кнорус , 2013 с.6752. Ильина Т. В. История искусства Западной Европы от античности до наших дней: учебник/ Т.В. Ильина. – М.: Юрайт[и др.], 2013. – 435 с. <p>Дополнительная учебная литература:</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>1.Кривцун О. А. Эстетика / Учебник. - М.: Аспект-Пресс, - 2001.- 447 с.</p> <p>2. Андреева Е.Ю. Постмодернизм: Искусство второй половины XX – начала XXI века. - СПб.: Азбука-классика, - 2007. – 484 с.</p> <p>3. Искусство итальянского Возрождения: театр, литература, живопись, ваяние, зодчество /А. К. Дживелегов; [Рос.акад. театр. искусства-ГИТИС] - Москва: ГИТИС, - 2007. – 502 с.</p> <p>Интернет-ресурсы:</p> <p>1. http://sun.tsu.ru/limit/2016/000049410/000049410.djvuЛеонардо да Винчи и особенности ренессанского творческого мышления /Л. М. Баткин М.: Искусство , 1990. – 13 с.</p> <p>2. http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000506060 Монументальная скульптура как визуальная деконструкция "России" /Н. Г. Щербина, <u>Праксема</u>. Проблемы визуальной семиотики. - 2015 № 1. - С. 43-50</p> <p>3. http://sun.tsu.ru/mminfo/0047-65360/naiman.doc .О влиянии новых коммуникативных технологий на конструирование субъекта и общества постмодерна. Найман Е.А.</p> |
| Формы текущего контроля успеваемости студентов | Контрольные вопросы, темы семинаров, темы рефератов. Соответствующие ФОС разработаны. |
| Виды и формы промежуточной аттестации | Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны. Форма итогового контроля: зачет. |

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «История мирового кино»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения

| | |
|---|--|
| Цели и задачи дисциплины | <p>Целью освоения дисциплины «История мирового кино» является формирование у студентов понимания места и роли киноискусства в культуре XX-XXI века.</p> <p>Основные задачи учебной дисциплины: знакомство с этапами становления кинотеории; с принципами построения художественно-образной системы средствами киноязыка; с магистральными направлениями, школами, стилями и творчеством персоналий отечественного и западноевропейского кинематографа XX-XXI вв.</p> |
| Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата | Вариативная часть Блока I (раздел «Дисциплины по выбору»). |
| Общая трудоемкость дисциплины | 2 зач. ед. (72 часа). |
| Формируемые компетенции | <p>ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию;</p> <p>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.</p> |
| Краткое содержание дисциплины | Кинематограф как вид искусства. История развития теории киноискусства. Специфика кинематографа как вида искусства. Художественные средства выразительности |

| | |
|--|---|
| | <p>киноискусства. Жанровая система киноискусства. История киноискусства.</p> <p>История русского кинематографа. История развития западноевропейского кинематографа.</p> |
| Виды учебной работы | <p>Лекции, семинары, самостоятельная работа обучающихся.</p> <p>Доля аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 20%.</p> |
| Ресурсное обеспечение | <p>Перечень основной и дополнительной учебной литературы</p> <p>Основная литература</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Фильм: теория и практика /Эми Вильярехо; [пер. с англ.: А. А. Ильина; авт. вступ. ст. М. М. Абдуллаева; гл. ред. О. В. Гритчина]. Харьков: Гуманитарный центр , 2015. 226 с. 2. Искусство кино / Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 033000 "Культурология" /Е. Н. Савельева; Томский гос. ун-т, Ин-т искусств и культуры, Каф.теории и истории культуры Томск : Издательство Томского университета, - 2013. - 152 с. <p>Дополнительная литература</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Искусство экрана: от кинематографа до Интернета /Кирилл Разлогов ; Российский ин-т культурологии - Москва: РОССПЭН , - 2010. - 287 с. 2. Кинематограф оттепели : Документы и свидетельства / Науч. -исслед. ин-т киноискусства, Госкино Рос. Фед. ; Сост. и коммент. В. И. Фомин - М. : Материк, - 1998. - .458 с. 3. Воображаемое означающее : психоанализ и кино /КристианМетц; [пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной ; науч. ред. А. Черноглазов ; Европейский ун-т в Санкт-Петербурге]-Санкт-Петербург: Изд-во Европейского ун-та , - 2010. - 334 с. <p>Интернет-ресурсы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Доступ к электронной версии журнала в сети ТГУ через Электронную библиотеку "EAST VIEW" http://ebiblioteka.ru/sources/publication.jsp?id=2280&uid=4 Искусство кино: ежемесячный журнал./М-во культуры РФ 2. http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000523029 Художественно-образная модель Сибири и "сибирская идентичность" в отечественном кино XX в. /Е. Н. Савельева. |
| Формы текущего контроля успеваемости студентов | Контрольные вопросы, темы семинаров, темы рефератов. Соответствующие ФОС разработаны. |
| Виды и формы промежуточной аттестации | Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны. Форма итогового контроля: зачет. |

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «История рекламы и связей с общественностью (PR)»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й год, 2-й семестр

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью (PR)» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору студента. Она взаимосвязана (логически и содержательно-методически) с такими дисциплинами ООП, как «История», «Философия», «Социология», «Политология», «Культурология», «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», производственной практикой. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к будущей профессиональной деятельности. **Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 час). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием компьютерных технологий (Microsoft Power Point, Prezi).

Основная **цель** дисциплины «История рекламы и связей с общественностью (PR)» состоит в формировании у студентов общих представлений об особенностях развития рекламы и PR в различные периоды истории общества как социальных коммуникаций, практик и объектов научного социально-гуманитарного знания, а также в формировании у них соответствующих общекультурных и профессиональных компетенций.

Задачи дисциплины «История рекламы и связей с общественностью (PR)»:

41) ознакомление студентов с профессиональной и научной (историко-культурной и методологической) терминологией из области социальных коммуникаций;

42) обучение их основам социокультурного анализа основных этапов истории развития (прото-) рекламных и (прото-) PR-коммуникаций и их социальных функций в контексте развития общества;

43) содействие формированию мировоззренческой позиции и методологической культуры студентов на примерах реконструкции различных периодов истории развития (прото-) рекламы и (прото-) PR как социальных практик;

44) развитие навыков работы с историческими источниками по проблематике социальных коммуникаций и написания кратких исторических обзоров эволюции (прото-) рекламы и (прото-) PR в различные периоды развития общества.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы, как минимум, следующие **общекультурные и ключевые профессиональные компетенции**:

- ОК-1 – способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- ПК-11 – способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины (подготовка рефератов, аналитических записок, кратких исторических обзоров, электронных презентаций). Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «История русской и зарубежной литературы»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «История русской и зарубежной литературы» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору для изучения студентами. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Философия», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», «Искусство продаж», а также производственной и преддипломной практиками. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями.

Цели освоения дисциплины – выработка культурной компетенции будущих работников сферы рекламы и связей с общественностью; формирование ценностного отношения к изучению мировой литературы как важнейшей составляющей общеинтеллектуального и духовного развития личности.

Задачи дисциплины «История русской и зарубежной литературы»:

45) дать обучающимся базовые сведения о мировой литературе в её истории и современном состоянии, теоретическом, практическом и методологическом аспектах;

46) познакомить студентов с этапами развития отечественной и зарубежной литературы, творчеством отечественных и зарубежных авторов;

47) сформировать у студентов навыки изучения трудов историков и теоретиков литературы, а также умение применять их наблюдения и выводы к анализу художественного и литературно-критического текста;

48) сформировать у обучающихся представление о методиках интерпретации текстов различных типов;

49) способствовать овладению студентами методами комплексного анализа литературного произведения.

Изучаемые сведения, формируемые навыки интерпретации, комплексного анализа литературных произведений необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих навыки работы студентов с рекламными и PR-текстами, а также для выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **общекультурные компетенции:**

– ОК-1 – способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;

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

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Компьютерные технологии и информатика»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й и 2-й семестр 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Компьютерные технологии и информатика» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Компьютерные технологии и информатика» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такой дисциплиной ООП как «Основы интегрированных коммуникаций», а также преддипломной практикой. Программа курса ориентирована на подготовку студентов к профессиональному применению информационных технологий.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современного ПО и облачных сервисов (Microsoft Office 2013, Adobe Photoshop, Google Drive).

Основная **цель** дисциплины «Компьютерные технологии и информатика» состоит в ознакомлении студентов с современными информационными технологиями, историей их развития.

Задачи дисциплины «Компьютерные технологии и информатика»:

50)познакомить студентов с историей и особенностями информационного общества;

51)сформировать у студентов навыки безопасного использования компьютерной техники и сети Интернет;

52)дать знания об основных видах информационных угроз и киберпреступлений;

53)познакомить с основами обработки графических изображений;

54)продемонстрировать возможности современных облачных технологий в профессиональной сфере;

55)сформировать навыки работы в стандартных офисных приложениях.

Изучаемые методы необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих навыки работы обучающихся с информационными технологиями в сфере рекламы и связей с общественностью, а также для выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся, в соответствии с требованиями ФГОС ВО, будет сформирована **общепрофессиональная компетенция:**

– 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.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: тестирование, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет в первом семестре, экзамен во втором семестре.

АННОТАЦИЯ
Учебной дисциплины «Культурология»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения

| | |
|--|--|
| Цели и задачи дисциплины | <p>Курс «Культурология» нацелен на углубление гуманитарной подготовки студентов. Курс призван дать теоретические представления общих закономерностях социокультурного развития человечества, о типах культур и цивилизаций, о человеке как феномене культуры.</p> <p>Кроме того, дисциплина «Культурология» ориентирована на получение практических навыков, таких, как анализ и оценка художественных явлений, опыт работы с текстами культуры. Задачи курса можно сформулировать следующим образом:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Сформировать у студентов целостное представление о культуре как универсальном способе человеческого бытия, о способах приобретения, хранения и передачи ценностей культуры.2. Познакомить с основными формами и типами культуры, с мировыми культурно-историческими центрами, с закономерностями их развития и функционирования.3. Выявить типологические особенности культуры России, показать основные этапы ее исторического развития, определить ее место в системе мировой цивилизации.4. Помочь студентам понять, что современный мир и его культура есть результат всемирного общественно-исторического процесса, итог взаимодействия множества цивилизаций, ни одна из которых не может претендовать на исключительность. Такой подход должен способствовать преодолению любых форм эгоцентризма в культуре.5. Научить ориентироваться в современном социокультурном процессе, понимать и адекватно оценивать явления культуры; развить способность к самостоятельному духовному освоению подлинных художественных ценностей. |
| Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата | Базовая часть Блока I. |
| Общая трудоемкость дисциплины | 2 зач. ед. (72 часа). |
| Формируемые компетенции | ОК-6 – обладать способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. |
| Виды учебной работы | Лекции, семинары, самостоятельная работа обучающихся. Доля аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 20%. |
| Формы текущего контроля успеваемости студентов | Мини-тесты на лекциях и семинарах. Творческие индивидуальные задания на семинарах |
| Виды и формы промежуточной аттестации | Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны. Форма итогового контроля: зачет. |

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Маркетинговые исследования в сети Интернет»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Маркетинговые исследования в сети Интернет» входит в вариативную часть ООП бакалавриата. Курс «Маркетинговые исследования в сети Интернет» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Компьютерные статистические системы», «Компьютерные диагностические системы».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современного ПО и облачных сервисов (Microsoft Office 2013, Google Drive).

Основной **целью** дисциплины «Маркетинговые исследования в сети Интернет» является знакомство студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» с основными понятиями и инструментами маркетинговых on-line исследований, формирование практических навыков студентов по самостоятельному проведению количественных и качественных исследований в сети Интернет, применяемых в маркетинговой деятельности компаний.

Задачи дисциплины «Маркетинговые исследования в сети Интернет» заключаются:

- в формировании у студентов теоретических знаний и практических навыков по методам изучения и анализа рыночных явлений и процессов;
- в усвоении студентами всех этапов процесса маркетинговых исследований;
- в формировании у студентов навыков создания и поддержания on-line панелей;
- в формировании у студентов навыков анализа качества данных, собираемых онлайн, а также повышения достоверности таких данных;
- в освоении студентами основ маркетингового подхода в современной рекламе и формирование представлений о возможности использования полученных знаний в будущей профессиональной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформирована специальная **профессиональная компетенция:**

- СПК-5 - готовность использовать инструменты и средства Интернет для проведения маркетинговых исследований, владеть методами поиска информации в Интернете; способностью проведения опросов и сбора маркетинговой информации о пользователях глобальной сети.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 4-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Статистика», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», «Социальная психология», «Основы интегрированных коммуникаций», «Технологии управления общественным мнением», «Основы маркетинга», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет», «Производственная практика: практика в профессиональной сфере», ГИА.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современного ПО и облачных сервисов (Microsoft Office 2013, Google Drive).

Основной **целью** дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является формирование у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» знаний, навыков и компетенций по организации, разработке и проведению маркетинговых исследований и ситуационного анализа разного уровня сложности, для разных тактических и стратегических целей компании.

Задачи дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» заключаются:

- в формировании у студентов фундаментальных теоретических знаний и практических навыков по методам изучения и анализа рыночных явлений и процессов;
- в уяснении основных понятий и положений маркетинга, видов и специфики маркетинговых коммуникаций и места рекламы и связей с общественностью в системе маркетинга;
- в усвоении всех этапов процесса маркетинговых исследований и ситуационного анализа;
- в получении выводов, необходимых для принятия маркетинговых решений и разработки соответствующих рекомендаций;
- в умении проектировать различные формы сбора данных, релевантных сложившейся рыночной ситуации;
- в обучении умениям получать обоснованные выводы и готовить необходимую информацию для принятия управленческих решений, включая подготовку проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- в освоении основ маркетингового подхода в современной рекламе и связях с общественностью и формирование представлений о возможности использования полученных знаний для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

- ПК-4 - владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- ПК-9 - способность проводить маркетинговые исследования.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору для изучения студентами. Курс «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Основы интегрированных коммуникаций», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании», «Организация специальных мероприятий», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Дизайн в PR и рекламе», «Основы компьютерного дизайна: практикум», «Семиотика рекламы и связей с общественностью», «Письменные коммуникации: практикум», «SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием стационарных и мобильных устройств *айтрекинга* (одной из современных технологий диагностики восприятия рекламных продуктов посредством бесконтактного исследования движений глаз человека).

Основной **целью** дисциплины «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности» является формирование у студентов практических навыков и умений в области создания, контекстуального наполнения, корректировки и оценки эффективности нейма (названия, имени).

Задачи дисциплины «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности» заключаются:

- в знании студентами соответствующей научно-прикладной, профессиональной терминологии из области маркетинговых коммуникаций, брендинга, рекламоведения, лингвистики и психологии восприятия в корреляции с различными аспектами нейминга (процесса разработки названия фирмы, бренда (торговой марки, товарного знака);
- в обучении студентов навыкам анализа рынка, изучения юридических, маркетинговых, психологических аспектов нейминга; навыкам лингвистического анализа нейма; навыкам выделения основных этапов создания нейма, его алгоритмизации; навыкам контекстуального наполнения нейма в комплексном подходе к разработке названия или концепции названия;
- в содействии освоению студентами различных принципов и методик создания нейма в рамках подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- в развитии умения студентов работать с профессиональными кейсами, с реальными (потенциальными) заказчиками и в ситуациях, характерных для данной сферы практической деятельности рекламиста и PR-специалиста.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

- 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;
- СПК-9 – владение технологиями защиты информации в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й и 2-ый семестры 1-го года и 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Это основной предмет в системе формирования теоретических знаний студентов о специфике различных деятельности сферы социальных коммуникаций. Курс «Основы интегрированных коммуникаций» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Компьютерные технологии и информатика», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Организация специальных мероприятий», «Социальная психология», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Дизайн в PR и рекламе», «Основы компьютерного дизайна: практикум», «Психология массовых коммуникаций», «ИМК в Интернет», «Технологии управления общественным мнением», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», «Семиотика рекламы и связей с общественностью», а также со всеми видами производственной практики, ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 12 зачетных единиц (432 часа). В структуру курса входит 5 модулей: 1) «Введение в профессию»; 2) «Теория и практика связей с общественностью»; 3) «Теория и практика рекламы»; 4) «Психология рекламной и PR-деятельности»; 5) «Продвижение в социальных медиа». При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных технологий электронного обучения (частично на платформе дистанционного обучения «Электронный университет- Moodle»). Модуль «Психология рекламной и PR-деятельности» включает занятия в формате тренингов. Модуль «Продвижение в социальных медиа» предполагает непосредственное практическое использование доступных ресурсов социальных медиа.

Основная **цель** дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» - формирование у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» целостной и внутренне взаимосвязанной системы представлений о принципах интегрированных коммуникаций (ИК), как основе деятельности в области рекламы и связей с общественностью, ее предмете, базовых процессах и технологиях, сферах вовлеченности, субъектах данной деятельности, их функциях, а также механизмах профессиональных коммуникаций в контексте формирования сетевого общества.

Задачи дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» заключаются:

- в ознакомлении студентов с основными концепциями трактовки феноменов духовной сферы общества «реклама» и «паблик рилейшнз», как составных частей сферы ИК, тенденциями становления и развития мировой рекламной и PR-индустрии в эпоху Интернета;
- в формировании представлений об условиях, принципах эффективного функционирования интегрированных коммуникаций, в том числе в социальных медиа;
- в развитии умения анализировать функции, задачи применения рекламы и связей с общественностью в сфере интегрированных коммуникаций, включая организацию подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- в содействии знанию психологии рекламной и PR-деятельности как отрасли социальной психологии, изучающей психические процессы в условиях коммуникации с потребителем, а также влияние рекламы и PR на общественное сознание;
- в понимании интегративной природы сферы социальных коммуникаций современного общества, в т.ч. их роли в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- в развитии умения использовать возможности социальных интернет-ресурсов в деятельности по продвижению;

- в формировании реалистичного представления студентов о своей профессиональной роли в процессе рекламной и PR-деятельности.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, а также для прохождения всех видов производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции:**

- 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;
- ПК-6 – способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- 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;
- ПК-12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-14 – способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- СПК-2 – способность оптимально использовать Интернет-ресурсы в интегрированных маркетинговых коммуникациях организации.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Формы итогового контроля: зачет, экзамен, зачет, экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-ый семестр 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Правовое регулирование в PR и рекламе», «Организация специальных мероприятий», а также со всеми видами производственной практики. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими занятиями. Семинарские занятия проводятся с использованием современных технологий электронного обучения (частично на платформе дистанционного обучения «Электронный университет-Moodle»).

Основная **цель** дисциплины «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы» состоит в ознакомлении студентов с современными принципами организации работы отдела по связям с общественностью и рекламы, маркетингового отдела в организациях государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества, а также с основами проектной работы в сфере социальных коммуникаций.

Задачи дисциплины «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы» заключаются:

- в ознакомлении студентов с основными подходами к формированию, организации работы, планированию деятельности рекламных агентств, отделов по связям с общественностью и рекламы, маркетинговых отделов организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора;

- в формировании у студентов представлений о статусе, роли, способах взаимодействия маркетинговых отделов, отделов по связям с общественностью и рекламы с ведущими подразделениями организации;

- в развитии у студентов уникальной системы компетенций и приобретении практических навыков работы по отдельным направлениям деятельности рекламных агентств, маркетинговых отделов, отделов по связям с общественностью и рекламы, включая разработку и реализацию проектов в сфере социальных коммуникаций.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся работать с проектами в области рекламы и связей с общественностью, технологиями организации деятельности различных структур сферы социальных коммуникаций, а также для прохождения всех видов производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции:**

- ОПК-2 – владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
- ПК-5 – способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;
- ПК-15 – владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Организация специальных мероприятий»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа в социальных медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Организация специальных мероприятий» является важным компонентом вариативной части программы подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью». Курс «Организация специальных мероприятий» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «История мирового искусства», «История мирового кино», «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Дизайн в PR и рекламе», «Основы компьютерного дизайна: практикум», а также со всеми видами производственной практики и ГИА.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся, в том числе, с использованием электронной образовательной платформы Moodle.

Основная **цель** дисциплины «Организация специальных мероприятий» состоит в получении слушателями знаний и практических профессиональных навыков по организации специальных мероприятий.

Задачи дисциплины «Организация специальных мероприятий»:

1. Сформировать представления о специальных мероприятиях (events) как инструменте маркетинговых коммуникаций;
2. Развить навыки планирования и готовность к реализации специального мероприятия (event) как коммуникационного проекта;
3. Познакомить с особенностями управления ресурсами event-менеджера в ходе подготовки и реализации специального мероприятия;
4. Продемонстрировать возможности формирования коммуникативного пространства специального мероприятия (события), включая подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

Полученные в рамках курса «Организация специальных мероприятий» знания и навыки будут востребованы при изучении последующих дисциплин ООП, конкретизирующих или углубляющих отдельные аспекты освоенного материала. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

- ПК-5 – способность реализовывать проекты и владением методами их реализации;
- 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.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль проводится систематически в течение семестра, в том числе, на электронной образовательной платформе Moodle. К формам текущего контроля относятся: тестирование, выполнение практических заданий (проектных, творческих) по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ Учебной дисциплины «Основы брендинга»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 4 года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Основы брендинга» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Основы брендинга» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Теория и практика массовой информации», «Производственная практика: практика в профессиональной сфере», «Выборные технологии», ГИА.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современного ПО и облачных сервисов (Microsoft Office 2013, Google Drive).

Основной **целью** дисциплины «Основы брендинга» является формирование у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» ключевых навыков и умений в сфере брендинга: разработка конкурентоспособных брендов, согласованных со стратегией организации; позиционирование брендов и выведение их на рынок; управления брендами, в том числе, в Интернет.

Задачи дисциплины «Основы брендинга» заключаются:

- в ознакомлении студентов с особенностями основных понятий современного брендинга;
- в содействии пониманию студентами роли и функций брендинга в работе различного рода организаций;
- в формировании представлений о концептуальных подходах к построению и наполнению архитектуры бренда, управлению брендом, в том числе – в Интернет;
- в формировании у студентов навыков планирования и реализации коммуникационных кампаний, мероприятий, стратегий по созданию и управлению брендом он- и офф-лайн.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

- ОПК-5 - умение осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- СПК-3 - способность планировать и осуществлять мероприятия по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения коммерческих и некоммерческих организаций, идей, лидеров, государственных субъектов и решения других коммуникационных задач, используя методы конструирования сообществ бренда субъекта социальных коммуникаций, работы с блогосферой, репутационного менеджмента и т.д.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Основы компьютерного дизайна: практикум»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Основы компьютерного дизайна: практикум» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору студента. Курс «Основы компьютерного дизайна: практикум» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Основы интегрированных коммуникаций», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Организация специальных мероприятий», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Дизайн в PR и рекламе», «Работа с текстами в PR и рекламе», «Выборные технологии», «Семиотика рекламы и связей с общественностью», ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов в области визуальных коммуникаций.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проходят на базе компьютерного класса, включают обязательное изучение графической программы «Adobe Photoshop Extended CS5».

Основная **цель** дисциплины «Основы компьютерного дизайна: практикум» состоит в ознакомлении студентов с историей и методологией дизайна, представления о которых необходимы для организации подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной и PR-продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и новых медиа.

Задачи дисциплины «Основы компьютерного дизайна: практикум»:

– подготовка бакалавров к анализу и разработке элементов дизайна для проектирования визуальных коммуникаций в PR и рекламе, с целью дальнейшего их использования при подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной и PR-продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

– формирование знаний в области истории дизайна в контексте эстетического, технологического и социокультурного функционирования дизайна;

– формирование навыков критической оценки эффективности PR и рекламных коммуникаций с точки зрения дизайна.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности, а также для выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

– 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;

– ПК-16 – способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Основы маркетинга»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й и 2-й семестр 3-го года обучения и 1-й семестр 4 года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Основы маркетинга» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Основы маркетинга» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Математика», «Производственная практика: практика в профессиональной сфере», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет»; «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Производственная практика: практика в профессиональной сфере»; ГИА.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц (288 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современного ПО и облачных сервисов (Microsoft Office 2013, Google Drive).

Основной **целью** дисциплины «Основы маркетинга» является формирование у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» ключевых компетенций, необходимых для реализации таких видов деятельности, как организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская, прогнозно-аналитическая в сфере рыночной экономики.

Задачи дисциплины «Основы маркетинга» заключаются:

- в обеспечении формирования у студентов категориально-понятийного аппарата; системного представления о классическом и современном маркетинге, навыков теоретического и практического анализа маркетинговой информации;
- в подготовке студентов к профессиональному участию в разработке и внедрению концепции позиционирования и продвижения товаров и услуг на разных рынках;
- в подготовке студентов к использованию специальных методов и инструментов для решения маркетинговых проблем и задач.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

- ОПК-1 - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- ПК-9 - способность проводить маркетинговые исследования.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Формы итогового контроля: зачет, зачет, экзамен.

АННОТАЦИЯ Учебной дисциплины «Основы медиапланирования»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Основы медиапланирования» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору для изучения студентами. Курс «Основы медиапланирования» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Социология», «Социология массовых коммуникаций», «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» и научно-исследовательской практикой. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных технологий электронного обучения (частично на платформе дистанционного обучения «Электронный университет- Moodle»).

Основная **цель** дисциплины «Основы медиапланирования» состоит в практико-ориентированном обучении стратегическому планированию использования различных медиаканалов в качестве носителей рекламных посланий.

Задачи дисциплины «Основы медиапланирования»:

- 56) дать обучающимся представление о месте и роли рекламы в структуре СМК, включая новейшие информационные каналы;
- 57) научить анализу средств масс-медиа в качестве значимых носителей рекламной информации;
- 58) сформировать практические навыки медиапланирования и исследования средств массовой коммуникации методами социологии, психологии и семиотики;
- 59) сформировать у студентов понимание зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и рекламной деятельностью;
- 60) способствовать овладению студентами навыками практического использования критериев выбора рекламоносителя;
- 61) сформировать у студентов навыки составления медиаплана, оценки его эффективности, медиапланирования с использованием компьютерной базы данных;
- 62) развить у студентов практические компетенции в области составления оптимального медиаплана рекламной кампании.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

- ПК-4 – владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- ПК-12 – умение осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, выполнение практических типовых заданий, кейс-стади, разработка презентаций по отдельным модулям и темам дисциплины, в том числе на платформе «Электронный университет – Moodle». Выполнение данных работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Основы менеджмента»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й и 2-й семестры 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Курс «Основы менеджмента» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Предмет логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Основы бухучета», «Основы конфликтологии», а также с производственной и преддипломной практиками.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями (в виде различных тренингов и деловых игр). Практические занятия проводятся с использованием современных технологий, применяемых в практике менеджмента и управленческого консультирования организаций в России и за рубежом.

Основная цель освоения дисциплины - формирование ключевых компетенций в сфере теории и практики управленческих решений по основным организационным процессам и функциям управления в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины заключаются:

- в формировании у студентов целостного представления о системе управления в организации как определяющего фактора её эффективности и конкурентоспособности; о стратегическом планировании коммуникационных кампаний и мероприятий;
- в содействии овладению студентами основ управленческой деятельности, включая действия в конфликтных и кризисных ситуациях;
- в развитии у студентов навыков практического применения полученных знаний в профессиональной и личной траектории развития.

Изучаемые сведения, формируемые навыки управленческой деятельности необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих навыки работы студентов по планированию коммуникационных кампаний и мероприятий, а также для выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОПК-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.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль - выполнение заданий по отдельным темам дисциплины систематически в течение семестра с выставлением оценок (рейтингового балла). Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины в конце 1 семестра происходит в форме защиты проектной работы студентов; в конце второго семестра – в форме устного экзамена. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет; экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Письменные коммуникации: практикум»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-ый семестр 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Письменные коммуникации: практикум» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Письменные коммуникации: практикум» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Работа с текстами в PR и рекламе», Семиотика рекламы и связей с общественностью» и «SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности». Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено проведение всех занятий (практических) в компьютерном классе, с возможностью выхода на различные сервисы сети Интернет.

Основная **цель** дисциплины «Письменные коммуникации: практикум» - формирование ключевых компетенций бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», необходимых для осуществления письменных коммуникаций в сфере PR и рекламы с представителями государственных структур федерального, регионального и местного уровней, органами самоуправления, а также негосударственными, общественными и коммерческими учреждениями и организациями, широкими потребительскими аудиториями.

Задачи дисциплины «Письменные коммуникации: практикум» заключаются:

- в знании студентами особенностей письменных коммуникаций как инструмента менеджмента и маркетинга в сфере рекламы и связей с общественностью;
- в содействии освоению студентами технологий осуществления письменных коммуникаций в пространстве социальных коммуникаций, в том числе технологий защиты информации в сети Интернет;
- в обучении студентов практическим навыкам осуществления письменных коммуникаций, включая навыки литературного редактирования, копирайтинга.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся работать с текстами в области рекламы и связей с общественностью, а также для прохождения всех видов производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции:**

- ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- СПК-9 – владение технологиями защиты информации в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Политология»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Политология» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Политология» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «История и теория религии», «Религиоведение», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Искусство продаж», а также с НИР и преддипломной практикой. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности в области социальных коммуникаций.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими занятиями.

Целями дисциплины «Политология» являются приобретение студентами знаний, умений и навыков, необходимых для формирования научно обоснованных представлений о политической среде, понятийно-категориальном аппарате и методологии политической науки.

Задачи дисциплины «Политология» заключаются:

- в ознакомлении студентов с закономерностями и этапами исторического процесса, основными событиями и процессами отечественной истории в контексте мировой истории;
- в формировании у обучающихся умения критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений;
- в способствовании овладению студентами приемами систематизации и обработки отобранной информации.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся анализировать закономерности исторического развития общества, формировать научно обоснованные представления о политической среде, владеть навыками написания аналитических обзоров, а также для научно-исследовательской работы, написания выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-2 – способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- ПК-11 – способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Правовое регулирование в PR и рекламе»

| | |
|---|--|
| Цели освоения дисциплины | Создание условий для освоения необходимого объема знаний, формирование знаний, умений и навыков, которые могут применяться в будущей профессиональной деятельности |
| Место дисциплины в учебном плане и трудоемкость в зачетных единицах | <p>Учебная дисциплина «Правовое регулирование в PR и рекламе» относится к базовой части блока Б1, является обязательной для изучения и обеспечивает правовую подготовку бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».</p> <p>Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы, 72 часа, из которых 28 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (12 часов – занятия лекционного типа, 16 часов – занятия семинарского типа), 44 часов составляет самостоятельная работа обучающегося, в т.ч. зачет.</p> |
| Формируемые компетенции | <ul style="list-style-type: none"> – владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2); – демонстрация социально ответственного поведения посредством соблюдения правовых норм профессиональной онлайн деятельности (СПК-8). |
| Знания, умения и навыки, формируемые в результате освоения дисциплины | <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основы российского законодательства, международных актов регулирующих PR-деятельность и рекламную деятельность; -основные понятия и категории в сфере PR-деятельности и рекламы; -общие и специальные требования к PR-деятельности и рекламе; - основные критерии определения ненадлежащей и недобросовестной рекламы; -основания и порядок применения юридической ответственности за правонарушения в сфере PR-деятельности и рекламы; -направления и содержание государственного контроля и саморегулирования в сфере PR-деятельности и рекламы. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -анализировать содержание нормативных актов в сфере PR-деятельности и рекламы, практику их применения; -применять законодательство, регулиующее PR-деятельность и рекламную деятельность для решения задач в сфере будущей профессиональной деятельности. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками пользования правовыми информационными системами и доступными информационными ресурсами сети Интернет для развития знаний в сфере правового регулирования PR- |

| | |
|--|--|
| | <p>деятельности и рекламной деятельности;</p> <p>-приемами и способами предупреждения правонарушений законодательства в сфере PR-деятельности и рекламы.</p> |
| Содержание дисциплины | <ol style="list-style-type: none"> 1. Законодательство о PR и рекламе. 2. Субъекты PR-деятельности и рекламной деятельности. 3. Правовые аспекты организации PR-деятельности и рекламной деятельности в России. 4. Виды рекламы. 5. Правовые стандарты рекламы. 6. Авторские права и реклама. 7. Политический PR и политическая реклама. 8. Государственное регулирование и ответственность в сфере PR и рекламы. |
| Виды учебной работы | Лекции, консультации, практические и семинарские занятия, самостоятельная работа. |
| Характеристика образовательных технологий, информационных, программных и иных средств обучения, с указанием доли аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах | <p>Лекции и практические занятия с элементами дискуссии; подготовка докладов.</p> <p>Интернет-ресурсы: http://law.edu.ru/; http://yurpsy.fatal.ru/; http://www.jurpsy.ru/; http://www.juristlib.ru/; http://www.tarasei.narod.ru/uchfjrp.html; http://planetaprava.ru/encyclopaedia/folder-books/folder; http://window.edu.ru/catalog/resources;</p> <p>http://www.edu.ru/ – Российское образование: федеральный образовательный портал.; www.legal.ru – сервер для юристов; www.lawlibrary.ru – электронная библиотека Спарк; www.elibrary.ru– научная электронная библиотека.</p> <p>http://www.un.org/; http://www.mid.ru/; http://www.icj-cij.org/; http://www.unhchr.ch; http://www.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil</p> <p>Доля аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 30%.</p> |
| Формы текущего контроля успеваемости студентов | Устный опрос, дискуссия, доклады. |
| Виды и формы промежуточной аттестации | Зачет |

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе»

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Профессиональные стандарты в PR и рекламе» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Профессиональные стандарты в PR и рекламе» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Введение в имиджелогию», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», «Социология сетевых коммуникаций» и «Производственная практика: НИР».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетные единицы (252 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий, семинаров и практических занятий. Практические занятия проводятся с использованием современных компьютерных технологий (Moodle).

Основная **цель** дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе» состоит в формировании у студентов знаний о системе стандартов, составляющих основание для успешной профессиональной самопрезентации и осуществления профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе»:

- сформировать у студентов представления о профессиональной самопрезентации как о коммуникативном инструменте успешной деловой активности персоны;
- обеспечить формирование у студентов общей коммуникативной компетентности как способности индивида к эффективному профессиональному общению и самопрезентации;
- развить у студентов общеречевые умения (техника речи, публичные выступления и пр.) необходимые для формирования позитивного вербального имиджа в процессе профессиональной самопрезентации;
- способствовать овладению студентами приемами формирования эффективного с точки зрения профессиональной самопрезентации габитарного (внешнего) имиджа;
- сформировать у студентов представление о необходимости целенаправленного формирования персонального имиджа как условия успешной деловой активности;
- сформировать у студентов понимание социально-психологической стороны профессиональной коммуникации;
- обеспечить студентов знаниями об основах этики и делового этикета профессиональной деятельности в традиционных и новых медиа;
- сформировать социальную ответственность за профессиональную деятельность на основе понимания принципов корпоративной культуры и этики, соблюдения профессионально-этических норм и правил.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; их способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, а также для прохождения всех видов производственной практики, подготовки к ГИА. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции:**

– ПК-1- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

– СПК-7– демонстрацией социально ответственного поведения посредством соблюдения правовых норм профессиональной онлайн деятельности.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: доклад, проектная работа, выполнение творческих заданий, написание реферата, анализ кейсов, участие в ролевой игре. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Психология личности»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 1 года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Психология личности» включает в себя два модуля: 1. Традиционные (классические) зарубежные и отечественные школы и теории личности; 2. Психология восприятия. Предмет входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательным для изучения. Курс «Психология личности» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «История мирового искусства», «История мирового кино», а также с учебной, производственной и преддипломной практиками. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы (180 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями.

Целями освоения дисциплины «Психология личности» являются: 1) овладение студентами фундаментальных научных знаний в области психологии личности и психологии восприятия; 2) развитие способности к самоорганизации и самообразованию; 3) формирование основы для овладения навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

Изучаемые сведения, формируемые навыки развития способностей к самоорганизации и самообразованию необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения студентов по организационно-управленческой работе с малыми коллективами, а также для прохождения производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию;
- ПК-3 – владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Работа с текстами в PR и рекламе»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й и 2-й семестры 3-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Работа с текстами в PR и рекламе» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Работа с текстами в PR и рекламе» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Дизайн в PR и рекламе», «Основы компьютерного дизайна: практикум», «Письменные коммуникации: Практикум», «Семиотика рекламы и связей с общественностью», «Выборные технологии» и ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к работе с рекламными и PR текстами.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. При изучении дисциплины предусмотрено проведение практических занятий в компьютерном классе, с возможностью выхода на различные сервисы сети Интернет.

Основная **цель** дисциплины «Работа с текстами в PR и рекламе» состоит в формировании у студентов целостной и взаимосвязанной системы представлений о принципах и механизмах создания текстов рекламы и связей с общественностью; навыках литературного редактирования и копирайтинга.

Задачи дисциплины «Работа с текстами в PR и рекламе»:

63) ознакомить студентов с общетеоретическими вопросами по тематике курса, технологиями создания рекламного и PR-текста;

64) сформировать представления о коммуникативной природе, композиционной и коммуникативно-функциональной структуре рекламного и PR-текста;

65) дать характеристику жанровым формам современного рекламного дискурса, языковым стилистическим приемам, используемым в рекламе;

66) ознакомить студентов с современной системой жанров PR-текста, с актуальными подходами к созданию информационных, аналитических, имиджевых и презентационных текстов;

67) сформировать навыки написания рекламных и PR-текстов, в том числе в рамках подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся работать с текстами в области рекламы и связей с общественностью, а также для выполнения выпускной квалификационной работы.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

– ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

– ПК-16 – способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет и экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Разработка и технологии производства рекламного продукта»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Разработка и технологии производства рекламного продукта» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору для изучения студентами. Курс «Разработка и технологии производства рекламного продукта» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Основы интегрированных коммуникаций», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании», «Организация специальных мероприятий», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Дизайн в PR и рекламе», «Основы компьютерного дизайна: практикум», «Семиотика рекламы и связей с общественностью», «Письменные коммуникации: практикум», «SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием стационарных и мобильных устройств *айтрекинга* (одной из современных технологий диагностики восприятия рекламных продуктов посредством бесконтактного исследования движений глаз человека).

Основной **целью** дисциплины «Разработка и технологии производства рекламного продукта» является формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

Задачи дисциплины «Разработка и технологии производства рекламного продукта» заключаются:

- в ознакомлении студентов с ролью и функциями дизайнеров, криэйтеров, копирайтеров в коммуникационных агентствах и рекламных, PR-службах предприятий и организаций;
- в формировании у студентов представлений об этапах, принципах и методах создания рекламного и PR-продукта в целом и его наиболее важных составных частях и видах;
- в овладении студентами базовыми навыками разработки концепций рекламного и PR-обращения для создания коммуникационных сообщений;
- в ознакомлении студентов с инвентарем средств коммуникативного воздействия, используемых в рекламе и PR; формировании базовых навыков использования этих средств при создании рекламного и PR-продукта;
- в ознакомлении студентов с принципами и методами художественного оформления рекламного и PR-продукта, приемами художественного дизайна и редактирования;
- в знании студентами основных подходов к творческому производству и технологии разработки рекламного и PR-продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации;
- в овладении студентами методиками тестирования и экспертной оценки рекламного и PR-продукта для определения его эффективности и соответствия правовым и этическим нормам, включая владение технологиями защиты информации в сети Интернет.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

- 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;
- СПК-9 – владение технологиями защиты информации в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Религиоведение»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Работа с социальными медиа

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Религиоведение» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору студента. Курс «Религиоведение» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «История и теория религии», «Политология» и «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании». Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями.

Основная **цель** дисциплины «Религиоведение» состоит в ознакомлении студентов с содержанием вероучения, культовой практикой, основами этики и общим мировоззрением различных религий, изучении влияния религиозного мировоззрения на формирование облика современных культур человечества.

Задачи дисциплины «Религиоведение»:

68)определить основные подходы к пониманию проблемы происхождения религии;

69)дать знания об особенностях доктрины и религиозной практики исторических религий;

70)конкретизировать знания об основах современной духовной культуры, что позволит сформировать уважительное и толерантное отношение к религиозным убеждениям значительной части человечества;

71)сформировать представления о принципах и механизмах коммуникации в конфессиональных сообществах, в том числе в сетевом обществе;

72)освоить навыки самостоятельной работы с учебной и научной литературой по религиоведению.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

– ОК-2 – способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

– СПК-4 – знание принципов и механизмов коммуникации в сетевых сообществах.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, написание контрольной работы. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для допуска студента к сдаче зачёта. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ **Учебной дисциплины «Русский язык и культура речи»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Русский язык и культура речи» является обязательной дисциплиной базовой части ООП бакалавриата. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Шедевры мировой литературы», «История русской и зарубежной литературы», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», «Искусство продаж», а также производственной практикой (практика в профессиональной сфере) и преддипломной практикой. Программа дисциплины ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями.

Цель освоения дисциплины – формирование и развитие коммуникативно-речевой компетенции, повышение культуры речи будущего специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи освоения дисциплины:

- знать акцентологические, орфоэпические, морфологические, синтаксические нормы современного русского литературного языка;
- владеть нормами современного русского литературного языка;
- уметь исправлять нарушения литературных норм;
- знать стили современного русского языка, специфику использования в них различных языковых средств;
- владеть практическими навыками и умениями в области составления и продуцирования текстов различных жанров и стилей.

Содержание дисциплины (14 тем) отражает сведения об истории и современном состоянии русского языка, коммуникативном, нормативном и этическом аспектах культуры речи, функциональных стилях современного русского языка. Изучаемые сведения, формируемые навыки владения нормами современного русского языка необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения студентов в области разработки текстов различных жанров и стилей, а также для прохождения производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы.

Формируемые компетенции: ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Семиотика рекламы и связей с общественностью»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 4-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Семиотика рекламы и связей с общественностью» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Семиотика рекламы и связей с общественностью» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «История мирового искусства», «История мирового кино», «Основы интегрированных коммуникаций», «Работа с текстами в PR и рекламе», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Дизайн в PR и рекламе» «Письменные коммуникации: практикум», а также с ГИА.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими (и семинарскими) занятиями. Практические занятия проводятся с использованием мультимедийных образовательных технологий, в том числе, доступных на электронной образовательной платформе Moodle.

Основная **цель** дисциплины «Семиотика рекламы и связей с общественностью» состоит в формировании ключевых компетенций бакалавров по рекламе и связям с общественностью, необходимых для анализа и разработки рекламных и PR-продуктов как коммуникативно-технологических социокультурных явлений семиотической природы.

Задачи дисциплины «Семиотика рекламы и связей с общественностью» заключаются в:

1. предоставлении студентам общих сведений о семиотике как науке о знаках и знаковых системах, и как методе, исследующем «тексты» культуры (включая тексты рекламы и PR) как знаково-коммуникативные феномены;
2. формировании представлений о специфике различных знаковых систем и их выразительных возможностях в процессе семиозиса при создании и трансляции «текста» рекламы/PR;
3. освоении навыков семиотического дизайна и анализа разрабатываемых и готовых рекламных/PR-продуктов (текстовых, графических и пр.).

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые общепрофессиональные и профессиональные компетенции:**

- ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением 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.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: доклады на семинарских занятиях, выполнение практических заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ Учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й и 2-ый семестры 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Социология массовых коммуникаций» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Социология», «Основы теории коммуникации», «Социальная психология», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» и научно-исследовательской работой. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы (216 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных технологий электронного обучения (частично на платформе дистанционного обучения «Электронный университет- Moodle»).

Основная **цель** дисциплины «Социология массовых коммуникаций» состоит в ознакомлении студентов с функционированием института массовых коммуникаций и формировании способности проведения различных типов социологических исследований в сфере массовой коммуникации.

Задачи дисциплины «Социология массовых коммуникаций»:

73) дать знания об основных теориях, сформировать представления о функционировании массовой коммуникации в современном обществе;

74) выработать системный комплекс знаний о функционировании в современном обществе информационной индустрии как социального института;

75) сформировать у студентов способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;

76) сформировать умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме;

77) обучить организации и проведению социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации;

78) продемонстрировать деятельность массовых коммуникаций как социального института.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

– ПК-13 – способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, выполнение практических типовых заданий, кейс-стади, разработка презентаций по отдельным модулям и темам дисциплины, в том числе на платформе «Электронный университет – Moodle». Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Формы итогового контроля: экзамен, экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Социальные медиа»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Социальные медиа» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору. Курс «Социальные медиа» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Культурология», «Сетевые сообщества и субкультуры», «Основы конфликтологии». Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями.

Основная цель дисциплины «Социальные медиа» – формирование у бакалавров по рекламе и связям с общественностью знаний принципов функционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины «Социальные медиа» заключаются:

- 1) в формировании базовых знаний о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации;
- 2) в содействии формированию понимания студентами принципов и механизмов коммуникации в сетевых сообществах;
- 3) в развитии практических умений использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности, в т.ч. в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

ОК-6 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

СПК-6 – способность реализовывать знания о механизмах возникновения, функционирования и взаимодействия сетевых сообществ, ценностных и нормативных аспектах сетевых субкультур;

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «История и теория религии», «Религиоведение», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Письменные коммуникации: практикум», «SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности». Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности в области социальных медиа и образовательных платформ.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа). Курс локализован на MOOK-платформе электронного обучения Coursera. Курс состоит из 6 учебных модулей, материал каждого модуля курса структурирован в виде видеолекций с интеграцией демонстрационных анимаций и презентаций, рекомендаций по организации самостоятельной работы и практических заданий различного типа.

Основная **цель** дисциплины «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании» состоит в том, чтобы дать базовые знания и навыки использования социальных сетей и социальных медиа в профессиональных коммуникациях PR-специалистов и рекламистов. Курс представляет собой краткое введение в виртуальный мир социальных сетей и социальных медиа, предназначенное как для получения общего представления об инкорпорированности социальных сетей во все сферы деятельности современного информационного общества, так и набор практических кейс-стади и советов по использованию инструментов социальных коммуникаций на платформах социальных медиа в деятельности менеджеров коммуникаций, включая технологии защиты информации в сети Интернет.

Задачи дисциплины «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании»:

- 79) дать знания о принципах формирования и функционирования сетевого сообщества;
- 80) ознакомить с принципами функционирования социальных медиа в Интернет;
- 81) ознакомить с существующими платформами социальных медиа;
- 82) продемонстрировать возможности использования социальных медиа для наполнения контентом со стороны пользователей;
- 83) сформировать у студентов способность создавать сообщества в социальных сетях;
- 84) сформировать умение проектировать и воплощать визуально-графический дизайн сообщества;
- 85) научить владению навыками планирования и осуществления контент-менеджмента;
- 86) научить владению навыками планирования и осуществления комьюнити-менеджмента.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **специальные профессиональные компетенции**:

- СПК-4 – обладать знанием принципов и механизмов коммуникации в сетевых сообществах;
- СПК-9 – владеть технологиями защиты информации в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: письменное домашнее задание (написание эссе, анализ кейс-стади и решение ситуативных задач, мини-проектные работы), которое предусматривает проверку заданий в режиме «peer to peer». Еще одной формой текущего контроля является тестирование. Тестирование предусматривает автоматический режим проверки и базируется на вопросах, обозначенных в лекциях и дополнительных источниках информации, изучаемых в ходе самостоятельной работы. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ **Учебной дисциплины «Социология»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Социология» входит в базовую часть ООП бакалавриата. Курс «Социология» логически и содержательно-методически взаимосвязан с производственной практикой (практикой в профессиональной сфере). Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими занятиями.

Изучение данного курса предполагает рассмотрение взаимосвязи различных социальных процессов, феноменов современного общества и их влияния на развитие человека. В современном мире необходимо ориентироваться и максимально качественно видеть возможные варианты собственных жизненных траекторий, уметь анализировать проблемы представителей разных социальных групп, иметь навыки исследований и прогнозирования в области рекламы и связей с общественностью.

Структурно дисциплина состоит из нескольких разделов: специфика социологии как науки, актуальные современные теории, использование социологических знаний при изучении отдельных социальных групп, понимание исторических тенденций, умение использовать социально-философские знания на практике, а также в собственной личной и профессиональной траектории.

Цели дисциплины - формирование базовых знаний в области социологии. Формирование компетенции ПК-10 (способность организовывать и проводить социологические исследования).

Задачами курса является:

- рассмотрение специфики социологического подхода к изучению общества;
- ознакомление студентов с главными и наиболее актуальными тенденциями и проблемами общества через призму классических и современных социальных теорий;
- изучение методологии проведения социологического исследования в сфере социальных коммуникаций;
- формирование компетенций практического применения полученных знаний о проблемных полях для прогнозирования, составления отчетов и рекомендаций, а также, в целом, в профессиональной и личной траектории развития.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ Учебной дисциплины «Стилистика»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 2-го года обучения

Цель курса «Стилистика» – формирование ключевых компетенций бакалавров в области владения стилистическими регистрами устной и письменной русской литературной речи, необходимых для успешного осуществления профессиональной деятельности.

Задачи курса – 1) изучить особенности основных функциональных стилей русского языка, стилистических ресурсов разных уровней языка; 2) освоить стилистические нормы русского литературного языка; 3) получить навыки владения различными стилистическими регистрами речи, умениям связного изложения мыслей в устной и письменной форме; 4) повысить общий уровень грамотности, общезыковой и лингвостилистической культуры; 5) сформировать умение анализировать и создавать тексты различной стилистической принадлежности.

Содержание дисциплины: Стилистика как наука, ее предмет, задачи, связь с другими науками. Язык и речь в эпоху новых медиа. Функционирование языка как основа стилистики. Понятие речевой системности функционального стиля. Стили языка и стили речи (парадигматический и синтагматический аспекты стилистики). Стилистические ресурсы русского языка в области лексики, фразеологии, словообразования, морфологии, синтаксиса. Типология изобразительно-выразительных средств языка. Основные функциональные стили русского литературного языка, их отличительные черты и особенности (научный, официально-деловой, публицистический, литературно-художественный, разговорный); потенциал их использования в социальных сетях. Стилистическое использование разных типов простого и сложного предложения. Понятие о тексте, гипертексте. Языковые средства передачи логико-смысловых отношений. Основные логические ошибки и способы их исправления. Нарушение литературных норм. Типология речевых ошибок. Способы выявления грамматико-стилистических ошибок.

В результате освоения курса **формируются компетенции** ОК-5 (способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия), СПК-7 (готовность к использованию возможностей блог-сервисов в профессиональной деятельности с учетом специфики данного коммуникативного инструмента) .

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма промежуточного контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Стилистические особенности современного русского языка»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 2-го года обучения

Цель курса «Стилистические особенности современного русского языка» – формирование компетенций бакалавров в области знания стилистических норм русского литературного языка, умения создавать и анализировать тексты различных функциональных стилей речи, владения стилистическими регистрами устной и письменной русской литературной речи, необходимых для успешного осуществления профессиональной деятельности.

Задачи курса – 1) изучить особенности основных функциональных стилей русского языка, стилистических ресурсов разных уровней языка; 2) освоить стилистические нормы русского литературного языка; 3) получить навыки владения различными стилистическими регистрами речи, умениям связного изложения мыслей в устной и письменной форме; 4) повысить общий уровень грамотности, общеязыковой и лингвостилистической культуры; 5) сформировать умение анализировать и создавать тексты различной стилистической принадлежности.

Содержание дисциплины: Стилистика как наука, ее предмет, задачи, связь с другими науками. Язык и речь. Функционирование языка как основа стилистики. Понятие речевой системности функционального стиля. Стили языка и стили речи (парадигматический и синтагматический аспекты стилистики). Стилистические ресурсы русского языка в области лексики, фразеологии, словообразования, морфологии, синтаксиса. Типология изобразительно-выразительных средств языка. Основные функциональные стили русского литературного языка, их отличительные черты и особенности (научный, официально-деловой, публицистический, литературно-художественный, разговорный). Стилистическое использование разных типов простого и сложного предложения. Понятие о тексте. Языковые средства передачи логико-смысловых отношений. Основные логические ошибки и способы их исправления. Нарушение литературных норм. Типология речевых ошибок. Способы выявления грамматико-стилистических ошибок.

В результате освоения курса формируются компетенции ОК-5, СПК-7.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма промежуточного контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Физическая культура»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-6-й семестры, 3-и года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

«Физическая культура» является дисциплиной, отнесенной к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата. Планирование учебного процесса по физической культуре в НИ ТГУ осуществляется в соответствии с требованиями, установленными ФГОС ВО и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета. Для проведения практических занятий по физической культуре (физической подготовке) формируются учебные группы численностью не более 15 человек с учетом пола, состояния здоровья, физического развития и физической подготовленности обучающихся.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). Элективные дисциплины по физической культуре в объеме не менее 328 академических часов (если иное не предусмотрено стандартом) входят в состав вариативной части Блока 1. Академические часы по элективным дисциплинам являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся. Распределение академических часов происходит в рамках 6 учебных семестров 72 часа в базовой части ООП распределяются между следующими видами учебных занятий:

Лекционный курс - 20 часов (1 и 6 семестр). Лекционный материал формирует у обучающихся систему научно-практических знаний и ценностное отношение к физической культуре. Эти знания необходимы для понимания социальной роли физической культуры и спорта в развитии личности в современных условиях жизнедеятельности и приобретение обучающимися современных научных знаний, научно-биологических и практических основ физической культуры, спорта и здорового образа жизни.

- *Методико-практические занятия* -16 часов (групповые занятия в 1 и 6 семестрах). Содержание методико-практических занятий направлено на изучение методик самооценки состояния здоровья, физического развития, работоспособности и применения средств физической культуры для их направленной коррекции.

- *Самостоятельная работа обучающихся* - 36 часов распределяется равными частями (по 18 часов) в 1 и 6 семестрах. Самостоятельная работа обучающихся направлена на освоение ими лекционного материала, подготовку к теоретическому тестированию.

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

Задачи дисциплины:

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

Дисциплина «Физическая культура» обеспечивает формирование общекультурной компетенции бакалавра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» - **способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).**

Текущая аттестация обучающихся осуществляется на основе балльно-рейтинговой оценки.

Оцениваемыми компонентами в освоении дисциплины «Физическая культура» базовой части ООП являются: посещение учебных занятий; выполнение заданий по самостоятельной работе; тестирование в программе Moodle.

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Философия»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная; очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 2-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата:

Дисциплина «Философия» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Философия» логически и содержательно-методологически связан с такими дисциплинами ООП как «Шедевры мировой литературы», «История русской и зарубежной литературы», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», а также с производственной (НИР) и преддипломной практиками. Программа курса ориентирована на теоретико-методологическую подготовку обучающихся к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями. В практике подготовки используются такие формы обучения и контроля за усвоением материала как тестирование, написание эссе, подготовка докладов и рефератов.

Основная цель дисциплины «Философия» состоит в ознакомлении студентов с современным состоянием философского знания. *Историческая составляющая* курса ориентирует на ясное изложение генезиса философских идей и описание главных исторических типов западного философского мышления: метафизика, трансцендентализм, феноменология, герменевтика, структурализм, постструктурализм. В части *систематического представления* современной философии внимание уделяется анализу научного познания: процедурам абстрагирования, идеализации, замещения опыта понятийными конструкциями. Особое внимание уделено идее альтернативности мироописания в различных проектах духовного освоения мира, взаимосвязи философии и иных форм духовной жизни. Данный курс является логическим введением в проблематику и методологию общенаучных дисциплин в целом.

Задачи дисциплины «Философия»:

формирование у студентов:

– целостного представления об историческом развитии, основных векторах и направлениях европейской философской мысли; знакомство с идеями крупнейших философов прошлого и современности;

– общего взгляда на природу и характер основных типов философской и научной рациональности и закономерностей их эволюции;

– ясного понимания современного звучания традиционных метафизических и постметафизических проблем в их связи с задачами научного познания, повседневностью и глобальными вызовами культурного и цивилизационного движения;

– теоретических навыков в использовании философского словаря описания; овладения основными понятиями и категориями философии; приемами ведения метатеоретической дискуссии; умением характеризовать то или иное явление с точки зрения его философского смысла.

Изучаемые сведения, формируемые навыки владения основными понятиями и категориями философии необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения студентов характеризовать то или иное явление с точки зрения его философского смысла, а также для прохождения производственной практики (НИР), выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будет сформирована следующая **общекультурная компетенция:**

- **ОК-1** – способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, выступления на семинарских занятиях, тестирование, ответы на контрольные вопросы и выполнение контрольных заданий по обозначенным темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для получения оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Шедевры мировой литературы»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Шедевры мировой литературы» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору для изучения студентами. Курс «Шедевры мировой литературы» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «История русской и зарубежной литературы», «Философия», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», «Искусство продаж», а также производственной и преддипломной практиками. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями.

Цели освоения дисциплины – дать общее представление о развитии русской и мировой литературы в единстве литературного, социо-культурного, философского, исторического аспектов, сформировать ценностное отношение к изучению мировой литературы как важнейшей составляющей общеинтеллектуального и духовного развития личности.

Задачи дисциплины «Шедевры мировой литературы»:

87) дать обучающимся базовые сведения о мировой литературе в её истории и современном состоянии, теоретическом, практическом и методологическом аспектах;

88) познакомить студентов с этапами развития отечественной и зарубежной литературы, творчеством отечественных и зарубежных авторов;

89) сформировать у студентов навыки изучения трудов историков и теоретиков литературы, а также умение применять их наблюдения и выводы к анализу художественного и литературно-критического текста;

90) сформировать у обучающихся представление о методиках интерпретации текстов различных типов;

91) способствовать овладению студентами методами комплексного анализа литературного произведения.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **общекультурные компетенции**:

– ОК-1 – способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;

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

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: зачет.