

**Аннотация рабочих программ дисциплин
направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
очная форма обучения, 2016 г.н.**

**Аннотации учебных дисциплин учебного плана Блока 1.
БАЗОВАЯ ЧАСТЬ:**

Иностранный язык

1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Иностранный язык» входит в вариативную часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины.

Целью курса является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

3. Краткое содержание дисциплины

Совершенствование навыков монологической и диалогической речи до уровня подготовленного монологического и диалогического высказываний на основе речевых упражнений и опорных текстов по темам: Meet my family. John's family. My friends. My apartment. Hobby. My studies. Grammar: Глаголы to be, to have. Множественное число существительных. Местоимения (личные, притяжательные). Числительное. Степени сравнения прилагательных. Времена группы Simple. Совершенствование навыков монологической и диалогической речи до уровня подготовленного монологического и диалогического высказываний на основе речевых упражнений и опорных текстов по темам: Meals. Shopping. In the Hospital. Cinema. Theatres. Museums. Grammar: Времена групп Simple, Progressive, Perfect. Общие и специальные вопросы. Совершенствование навыков монологической и диалогической речи до уровня подготовленного монологического и диалогического высказываний на основе речевых упражнений и опорных текстов по темам: Country studies. Traveling: Buryatia. Ulan-Ude. Sightseeing in London. At the travel agency. At the airport. Asking the way. In the hotel. Grammar: Согласование времен. Страдательный залог. Модальные глаголы. Совершенствование навыков монологической и диалогической речи до уровня подготовленного монологического и диалогического высказываний на основе речевых упражнений и опорных текстов по темам: My future profession. Job hunting. Grammar: Неличные формы глагола. Инфинитив. Герундий. Причастие. Чтение, перевод и реферирование общенаучных и специализированных текстов. Оформление резюме, сопроводительных писем, автобиографии. Заполнение анкет, форм, деклараций.

Формирование и совершенствование навыков диалогической и монологической речи по темам: Деловая коммуникация. Переговоры. Сотрудничество с зарубежными коллегами. Совершенствование навыков монологической и диалогической речи до уровня подготовленного монологического и диалогического высказываний на основе речевых

упражнений и опорных текстов по темам: Philology. Styles. Дальнейшее совершенствование грамматических и лексических навыков.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- Базовые понятия фонетики: звуки, интонационные структуры, компоненты просодии.
- Алфавит, правила чтения.
- Базовые правила грамматики: артикль, имена существительные, прилагательные, местоимения, предлоги, числительное, категории вила, лица, числа, рода, времени, залога.

Уметь:

- вести беседу, делать сообщения на иностранном языке в пределах предусмотренного программой фонетического, лексического, грамматического материала.

Владеть:

- владение монологической и диалогической речью в соответствии с ситуациями общения, предусмотренными программой;
- аудирование с пониманием основного содержания текста, чтение с пониманием основного содержания, владение элементарной письменной речью.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

8 зачетных единиц – (288 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет – (2 сем.), экзамен (4 сем.),

История

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины.

Проанализировать характер политических, экономических, культурных процессов в Российском централизованном государстве и Российской империи, дать историографическое цельное представление об историческом пути России во всей его сложности, выявить воздействие на историю России цивилизационно формирующихся центров Востока и Запада.

3. Краткое содержание дисциплины

Россия в системе мировых цивилизаций; характерные черты цивилизационного процесса в России; этногенез славян и этнокультурные процессы в восточном славянстве; древнерусское государство, характер его взаимодействия с западными, восточными и степными цивилизациями; русские земли в период феодальной раздробленности, характер экономических, политических и культурных процессов; объединение русских земель вокруг Москвы; Московское царство в XV-XVII вв., социально-экономическое, политическое и культурное развитие; особенности российской цивилизации в XVIII в.; Россия в Новое время, глобальные проблемы общественно-исторического развития и способы их решения; советское государство, противоречия общественного и духовного развития, характер взаимодействия власти и общества, причины кризиса тоталитаризма; современная Россия, становление гражданского общества.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории.

Уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;
- ориентироваться в мировых исторических процессах, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;
- применять методы и средства для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;

Владеть:

- владение целостным подходом к анализу проблем общества

6. Общая трудоемкость дисциплины

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (2 сем.).

Философия

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Философия» входит в базовую часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины.

Формирование у студентов представлений о мире как целом и месте человека в нем, о взаимоотношениях между человеком и миром, о путях и способах познания и преобразования человеком мира, о будущем этого мира.

3. Краткое содержание дисциплины

Предмет философии. Место и роль философии в культуре. Становление философии. Основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития. Структура философского знания. Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизации бытия. Понятия материального и идеального. Пространство, время. Движение и развитие, диалектика. Детерминизм и индетерминизм. Динамические и статистические закономерности. Научные, философские и религиозные картины мира. Человек, общество, культура. Человек и природа. Общество и его структура. Гражданское общество и государство. Человек в системе социальных связей. Человек и исторический процесс; личность и массы, свобода и необходимость. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. Мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести. Сознание и познание. Сознание, самосознание и личность. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Проблема истины. Действительность, мышление, логика и язык. Научное и ненаучное знание. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Рост научного знания. Научная революция и смена типов рациональности. Наука и техника. Будущее человечества. Глобальные проблемы современности. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- традиционные и современные проблемы философии и методы философского исследования.

Уметь:

- критически анализировать философские тексты, классифицировать и систематизировать направления философской мысли, излагать учебный материал в области философских дисциплин.

Владеть:

- владение методами логического анализа различного рода суждений, навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики;
- способностью использовать теоретические общеполитические знания в практической деятельности

6. Общая трудоемкость дисциплины.

5 зачетных единиц (188 часов)

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (4 сем.).

Безопасность жизнедеятельности

1. Место дисциплин (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» входит в базовую часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины:

Вооружить студентов знаниями и навыками, позволяющими комфортно чувствовать себя в условиях негативного воздействия среды обитания.

3. Краткое содержание дисциплины

Введение в предмет. Основы безопасности жизнедеятельности. «Безопасность жизнедеятельности» - как предмет, его структура и основные понятия. Среда обитания, ее эволюция. Человек и техно-среда, их взаимодействие. Вредные факторы и опасности. Система безопасности. Понятие и причины возникновения чрезвычайных ситуаций. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций. Чрезвычайные ситуации (ЧС) природного характера. Действия населения в условиях природных катастроф. Классификация и характеристика ЧС природного характера и их последствия. Стихийные бедствия геологического характера. Стихийные бедствия метеорологического характера. Стихийные бедствия гидрологического характера. Природные пожары. Массовые заболевания. Правила поведения населения при проведении изоляционно-ограничительных мероприятий.

Чрезвычайные ситуации техногенного характера. Действия населения в условиях техногенных аварий. Классификация и характеристика ЧС техногенного характера. Аварии с выбросом радиоактивных веществ и их последствия. Аварии с выбросом аварийно химически опасных веществ и их последствия. Пожары на промышленных предприятиях, в жилых и общественных зданиях, их причины и последствия. Взрывы и их последствия. Действия населения при взрывах. Транспортные аварии и их последствия. Гидродинамические аварии и их последствия. Защита и действия населения.

Опасности, возникающие при ведении боевых действий или вследствие этих действий. Ядерное оружие, его боевые свойства и поражающие факторы. Защита от поражающих факторов. Химическое оружие. Защита от поражающих факторов. Биологическое оружие. Защита от поражающих факторов. Современные обычные средства поражения и защита от них. Экстремальные ситуации криминального характера. Действия населения в случае угрозы и совершения террористического акта. Зоны повышенной криминальной опасности. Ситуации, связанные с провокационным применением оружия. Защита жилища от ограблений и краж. Человек в экстремальных условиях природной среды. Человек в условиях автономного существования. Особенности выживания в условиях арктики, тайги, пустыни, джунглей, океана.

Мероприятия РСЧС и ГО по защите населения. Оповещение. Действия населения при оповещении о ЧС в мирное и военное время. Защита населения путем эвакуации. Организация инженерной защиты населения от поражающих факторов. Средства индивидуальной защиты органов дыхания, кожи. Медицинские средства индивидуальной защиты. Оказание само - и взаимопомощи. Основные правила оказания первой

медицинской помощи. Экстренная реанимационная помощь. Первая медицинская помощь при ранениях и кровотечениях, способы остановки кровотечений. Правила и приемы наложения повязок на раны. Первая медицинская помощь при переломах. Способы транспортировки пострадавших. Первая неотложная помощь при неотложных состояниях (при ушибах, вывихах ожогах, обморожении, при поражениях электрическим током и др.)

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе "человек-среда обитания";
- правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности; основы физиологии человека и рациональные условия деятельности;
- анатомо-физические последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и поражающих факторов;
- идентификацию травмирующих, вредных и поражающих факторов чрезвычайных ситуаций;
- средства и методы повышения безопасности, экологичности и устойчивости технических средств и технологических процессов;
- методы исследования устойчивости функционирования производственных объектов и технических систем в чрезвычайных ситуациях; методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их последствий.

Уметь:

- эффективно применять средства защиты от негативных воздействий;
- разрабатывать мероприятия по повышению безопасности и экологичности производственной деятельности;
- планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.

Владеть:

- владение умениями и методами оказания первой доврачебной медицинской помощи

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (1 сем.).

Экономика

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Экономика» входит в базовую часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины.

Сформировать у студентов основы экономического мышления путем изучения главных разделов экономической науки.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в средней общеобразовательной школе.

3. Краткое содержание дисциплины

Экономическая теория как наука, ее предмет и метод. Место и роль человека в экономике. Главные экономические школы и направления в экономической науке. Микроэкономика. Проблема координации выбора потребителей и производителей в экономике. Эффективность рынков и методов их регулирования. Макроэкономическая теория. Роль государства в экономике. Кейнсианская и неоклассическая модели макроэкономики. Особенности функционирования рыночного механизма в открытой экономике. Проблемы внешнего экономического равновесия. Платежный баланс. Валютный курс. Проблемы трансформационных процессов. Этапы становления рыночных отношений в России. Проблемы переходной экономики. Основные принципы эффективной организации хозяйственной деятельности людей.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- студент должен знать основные категории и понятия экономики

Уметь:

- использовать основные положения и методы экономической науки в профессиональной деятельности

Владеть:

- культурой мышления, способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке целей и выбору путей ее достижения

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (1 сем.).

Информатика

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины.

Воспитание у студентов информационной культуры, отчетливого представления о роли этой науки и знаний о современных информационных технологиях; получение первоначального представления об информатике, а также овладение современными информационно-коммуникационными технологиями; применение полученных знаний в процессе практической работы с языковым материалом и текстом.

3. Краткое содержание дисциплины

Понятие информации, технические и программные средства реализации информационных процессов. Модели решения функциональных и вычислительных задач. Алгоритмизация и программирование; языки программирования высокого уровня; базы данных; программное обеспечение и технологии программирования. Локальные и глобальные сети ЭВМ. Интернет и его место в системе современной культуры. Гуманитарные ресурсы Интернета. Дистанционное образование и Интернет основы защиты информации и сведений, составляющих государственную тайну; методы защиты информации; компьютерный практикум.

Развитие информационно-коммуникативных компетенций специалиста-филолога: работа с корпусами языка, базами данных, текстовыми редакторами (процессорами), электронными словарями; редактирование изображения и звука. Поиск в Интернете. Электронные системы контроля знаний.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- современные компьютерные технологии и программное обеспечение, применяемое при сборе, хранении, обработке, анализе информации источников

Уметь:

- выбирать и применять адекватные информационные технологии для решения научно-исследовательских, педагогических, информационно-аналитических и других задач профессиональной деятельности;
- применять стандартные способы решения основных типов задач в области лингвистического обеспечения информационных и других прикладных систем, работать с традиционными носителями информации, распределенными базами данных и знаний, с электронными словарями, применять на практике базовые навыки сбора и анализа языковых и литературных фактов с использованием традиционных методов и современных информационных технологий

Владеть:

- использование современных информационно-коммуникационных технологий (в частности создавать базы данных и квалифицированно использовать сетевые ресурсы);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством

управления информацией; навыками работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.

6. Общая трудоемкость дисциплины:

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.).

Концепции современного естествознания

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины:

Данная дисциплина представляет собой не просто совокупность избранных глав традиционных курсов астрономии, физики, химии, биологии, психологии, экологии и др. естественных дисциплин, а является продуктом междисциплинарного синтеза на основе комплексного историко-философского и эволюционно-синергетического подхода к современному естествознанию. Необходимость изучения этой дисциплины вызвана тем, что сейчас рациональный естественнонаучный метод проникает и в гуманитарную сферу, участвуя в формировании сознания общества, и вместе с тем приобретает все более универсальный язык, адекватный философии, психологии, социальным наукам и даже искусству.

Цель курса: помочь студентам овладеть современной естественно-научной картиной мира, синтезировать в единое целое гуманитарную и естественно-научную культуры, усвоить основные принципы и методы исследования, применяемые в современном естествознании.

3. Краткое содержание дисциплины

Естественно-научная и гуманитарная культуры; научный метод; история естествознания; панорама современного естествознания; тенденции развития; корпускулярная и континуальная концепция описания природы; порядок и беспорядок в природе; хаос; структурные уровни организации материи; микро, макро и мегамиры; пространство, время; принципы относительности; принципы симметрии; законы сохранения; взаимодействия; близкодействия; дальнодействия; состояние; принципы суперпозиции, неопределенности, дополненности; динамические и статические закономерности в природе; законы сохранения энергии в макроскопических процессах; принципы возрастания энтропии; химические системы, энергетика химических процессов, реакционная способность веществ; особенности биологического уровня организации материи; принципы эволюции, воспроизводства и развития живых систем; многообразие живых организмов - основа организации и устойчивости биосферы; генетика и эволюция; человек: физиология, здоровье, эмоции, творчество, работоспособность; биоэтика; человек, биосфера и космические циклы; ноосфера; необратимость времени; самоорганизация в живой и неживой природе; принципы универсального эволюционизма; путь к единой культуре.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основных естественнонаучных явлений и их наиболее важных практических применений;
- основных естественнонаучных концепций, принципов, теорий, их взаимосвязи и взаимовлиянии;
- исторических аспектов развития естествознания; наиболее распространенных методов исследования в разных областях естествознания.

Уметь:

- объяснять основные наблюдаемые природные и техногенные явления и эффекты с позиций фундаментальных естественнонаучных законов;
- работать с естественнонаучной литературой разного уровня (научно-популярные издания, периодические журналы), в том числе на иностранных языках;

Владеть:

- использования основных естественнонаучных законов и принципов в важнейших практических приложениях; применения основных методов естественнонаучного анализа для понимания и оценки природных явлений.

6. Общая трудоемкость дисциплины:

2 зачетные единицы (72 часа)

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (1 сем.).

Аннотации дисциплин модуля «Коммуникология»

Основы теории коммуникации

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1.

2. Цель освоения дисциплины:

Сформировать представления об основных положениях теории коммуникации, научить применять полученные знания в процессе теоретической и практической деятельности, заложить основы коммуникативной компетентности будущих специалистов.

3. Краткое содержание дисциплины

Методологические вопросы теории коммуникации. Теория коммуникации как наука: предмет и основные методы, изучения, истоки, основные этапы развития.

Коммуникативная компетентность филолога. Коммуникационный процесс: структурные модели, основные элементы. Коммуникативные барьеры и коммуникативные неудачи. Виды коммуникации: вербальная и невербальная. Невербальная коммуникация в семиотическом аспекте. Виды профессионально ориентированной коммуникации. Формы коммуникации. Уровни коммуникации. Коммуникация как объект изучения филологии. Коммуникативный (речевой) акт и его составляющие в концепции Дж. Остина. Типология речевого воздействия. Коммуникативные стратегии и тактики как реальность речевого общения. Типы речевых стратегий. Речевая тактика и коммуникативные ходы. Коммуникативный кодекс, его критерии. Максимумы Грайса. Коммуникативный акт и референция. Коммуникативная интенция. Лингвистическое и пострурналистское понимание дискурса. Дискурс и текст.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- природу и сущность социальных коммуникаций как систему, виды коммуникаций в современном обществе и их эволюцию, функции и роли коммуникации

Уметь:

- соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой, прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям

Владеть:

- навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.

6. Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы (108 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет (3сем.).

Социология массовых коммуникаций

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1.

2. Цель изучения дисциплины:

Целью усвоения учебной дисциплины «Социология массовой коммуникации» является формирование представлений о массовой коммуникации в свете различных парадигм социологии и практических навыков анализа медийной продукции в контексте социологии управления и эмпирических исследований масс-медиа.

3. Краткое содержание дисциплины.

Этапы развития средств коммуникации. СМИ в системе базовых институтов общества: взаимообусловленность СМИ и политики, СМИ и экономики. Роль СМИ в развитии общества: концепции Д.Бэлла, Маклюэна, М.Кастельса. Становление массовых коммуникаций и становление информационного общества. Типология функций СМИ Лассвелла, Райтов (1960 г.) Д. Маккуэл, Дж. Бламлер и Дж. Браун (1972). Концепция Ю. Левады равноуровневого взаимодействия СКМ с социальной структурой. Функции СКМ по отношению к личности (социализация, «самоутверждение», подчиненность социальным ролям, которые актуализируются системой массовых коммуникаций); по отношению к группе (сплочение и интеграция в большое общество); по отношению к социальным институтам (мобилизация, оценка социальных отношений и пр.). Классификация социальных функций МК Б.Грушиным: функция информирования, воспитания, организации поведения, снятия напряжения (рекреация, развлечения), функция коммуникации. Мотивация аудитории обращения к СМИ. Механизмы институционализации массовых коммуникаций в индустриальных обществах. Аудитория массовой коммуникации. Понятие аудитории. Информационные потребности аудитории. Механизмы воздействия СМИ на аудиторию. Средства массовой информации и общественное мнение. Г.М.Маклюэн как теоретик медиакультуры. Формы проявления демократизация российской политической системы в сфере функционирования СМИ. Правовая база создания свободных СМИ. Закон «О средствах массовой информации» (1990 г.). Тенденции медиатизации политического пространства и политизации СМИ в России 90-х годов XX в. Динамика потребления населением социально-политической информации. Формирование современной российской медиаполитической системы. Докоммуникативная стадия воздействия и потребления информации. Роль стереотипа в восприятии информации. Функция социальных стереотипов: функция адаптации, функция защиты, функция передачи элементов субкультуры этноса в историческом плане. Коммуникативная фаза потребления информации. Специфика группового потребления информации. Исследования роли «лидеров мнений» Р.Мертон в восприятии информации. Эффект первичности сообщения. Принципы моделирования мира, используемые СКМ для повышения эффекта коммуникации: апелляция к обыденному опыту, оппозиция «уникальность – традиционность», принцип дискуссионности, обращение к конкретным авторитетам, воссоздание механизма обратной связи. Три этапа действия СКМ: подкрепление позиций, малая конверсия позиции аудитории; существенная конверсия позиции аудитории. Факторы эффективности воздействия информации. Этапы воздействия МК на примере рекламы – формула АИДА (*attention, interest, desire, action* - «внимание – интерес – желание, действие»). Формула АКРА (ACARA), аббревиатура следующих понятий: *attention, comprehension, acceptance, retention, action* — внимание, понимание, одобрение, освоение (сохранение, удержание в памяти), действие. Условия воздействия МК, выделенные Ю.Левардой. Основные составляющие

коммуникационного процесса (источник- сообщение – канал - аудитория (получатель)-эффект) – детерминанты, определяющие предметность исследования массовых коммуникаций. Группировка социологических и психологических методов сбора и анализа информации при исследовании массовых коммуникаций по предмету исследования. Методы исследования коммуникатора как источника сообщения: контент-анализ – для выявления скрытых мотивов коммуникаторов, социальных характеристик массового потребителя определенной информации и т.д.; дискурс-анализ: анализ языковых форм и оценочной информации, личностных и социальных характеристик коммуникантов в определенной коммуникативной сфере и социальной ситуации. Социологический анализ содержания как процедура измерения. Основные условия измерения текста. Работа Г. Лассвелла «Техника пропаганды в Первую мировую войну» - как образец контент-анализа прессы. Принципы анализа текстов СМИ Г. Лассвелла. Частотность характеристик в тексте — показатель тенденций коммуникативного процесса. *Квантификация текста* на лингвистические единицы речи, которые служат в тексте индикатором определенных явлений действительности, идей, моделей поведения; группировка этих единиц в категории которые интересуют исследователя. Этапы развития отечественной социологии СМК. Исследования теле- и аудио- аудитории учеными Тартуского и Ленинградского университетов. Работы В. Ядова, Ю. Левады, Б.Грушина. Современные российские центры «медиаметричных» исследований: ВЦИОМ, Фонд «Общественное мнение», РОМИР, Гэллап-медиа, «Mediametrie», Russian Research, V-Ratio, Comcon-2. Методы исследования аудитории: опрос (анкетирование, интервьюирование), метод экспертных оценок; наблюдение разнообразных форм социокommunikации; тестирование коммуникативных свойств респондентов, проективные методики: выявление стилей потребления информации. Методы обработки социологической информации: группировка, классификация. Перекрестная группировка. Прием кластерного анализа, метод корреляционного графа, факторный анализ.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

-умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

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

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- особенности проведения социологических исследований в сфере связей с общественностью,- уметь организовывать и проводить научные исследования в области PR, рекламы, политического маркетинга;
- основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ, уметь использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов;
- современное состояние и тенденции развития массовой коммуникации как социокультурного явления.

Уметь:

- иметь навыки по оценке эффективности PR- посланий, имиджа, рекламных сообщений,
- использовать социологические и психологические способы изучения механизмов восприятия сообщений массовой коммуникации,

- эффективно использовать методику и технику проведения количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения и оценки PR и рекламных кампаний.

Владеть:

- владения компьютерными методами сбора, обработки и хранения информации, в т.ч. уметь использовать специализированные математические программы по обработке социологической информации,
- владеть методами классификации средств и форм массовой коммуникации, знать принципы и правила выбора оптимальных носителей PR-сообщений и рекламы и каналов распространения информации с учетом целей и задач рекламных кампаний и PR-мероприятий.

6. Общая трудоемкость дисциплины

7 зачетных единиц (252 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (1сем.), экзамен (2сем.)

Психология массовых коммуникаций

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1.

2. Цели освоения дисциплины:

Дисциплина является вооружить студентов знаниями о социально-психологических эффектах массовой коммуникации и роли средств массовой информации в процессе психологического воздействия на аудиторию, о факторах восприятия реципиентом поступающей к ним по каналам массовой коммуникации информации, а также методах психологии межличностного общения и массового воздействия.

3. Краткое содержание дисциплины

Понятие массовой коммуникации. Условия возникновения и функционирования массовой коммуникации. Социальная направленность массовой коммуникации. Социально-психологические функции массовой коммуникации. Роль массовой коммуникации в современной культуре. Сущность «Массы» и теории массового общества. Массовое сознание как объект психологического воздействия. Массовое и индивидуальное сознание. Модели коммуникативных процессов. Структура личности как база восприятия информации. Мотивационная структура личности. Интерес как главный фактор активной коммуникации. Потребности, интересы, нормы и ценности, стремления личности как факторы массовой коммуникации. Понятие «Массовой аудитории», ее специфика. Типология аудитории. Сегментация аудитории. Мотивы обращения аудитории к СМИ. Коммуникационные потребности аудитории. Массовая аудитория и лидеры мнений. Психические процессы. Понятие внимания. Виды внимания.

Понятие восприятия. Восприятие как процесс. Апперцепция. Порог восприятия. Узнавание. Особенности восприятия как психологического явления. Роль воображения.

Понятие понимания. Формы и виды понимания. Организация понимания сообщений в средствах массовой коммуникации. Понятие памяти. Виды памяти. Эйдетическая память. Память как процесс. Понятие подражания и заражения. Подражание как следствие заражения. Внушение как следствие заражения. Убеждение и внушение. Соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории. Массовые вкусы и стереотипы как групповые факторы в массовой коммуникации. Понятие слуха. Слух как массовый разговор и его место в ряду массовидных явлений. Коммуникативные характеристики слуха. Типология видов и форм слухов, каналы их распространения. Психологические механизмы образования слуха. Понятие моды. Социально-психологические аспекты изучения моды и модного поведения. Теоретическая модель моды. Социальные и психологические функции моды.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины.

-умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

-способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- психологические механизмы, предопределяющие особенности функционирования СМИ в историческом аспекте и на современном этапе;
- собственно психологические и социально-психологические функции журналистики; параметры и принципы формирования медиареальности;
- принципы информационной психологической безопасности;
- этапы процесса восприятия медиаинформации и его специфичность по отношению к различным типам СМИ

Уметь:

- выявлять и объективировать факторы, препятствующие адекватному восприятию информации и поддающиеся контролю со стороны журналиста;
- механизмы и каналы воздействия медиасообщений – универсальные и специфические для представителей разных групп аудитории;
- позитивные и негативные эффекты медиавоздействия; особенности личности журналиста и ее адаптации к конкретным условиям деятельности.

Владеть:

- механизмами активации воображения в собственном творчестве, компетентной оценки собственных материалов с позиций психологической безопасности.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

5 зачетных единиц – (180 часов).

7. Форма контроля

Промежуточная аттестация –зачет (3сем.), экзамен (4сем.)

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1.

2.Целями освоения дисциплины

Являются помочь студентам ориентироваться в достаточно плотном, пестром и неустойчивом современном информационном пространстве, учитывать аудиторские потребности и психологию восприятия той или иной группой читателей.

3. Краткое содержание дисциплины

Типология современных СМИ. Масс медиа России и их политика. Перспективные модели развития типологических групп СМИ. Деловая политика редакций. Планирование работы редакций. Организация нового издания.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

-умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

-способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)

5. Планируемые результаты обучения

Знать:

- историю возникновения и развития журналистики;
- особенности функционирования современных зарубежных и отечественных СМИ; социальные роли и функции журналистики;
- место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации;
- основные положения теории и практики массовой информации;
- социально-политические, информационные и материально-технические предпосылки возникновения, развития и совершенствования журналистики;

Уметь:

- применять в практической деятельности специалиста по связям с общественностью произведения журналистского творчества;
- осуществлять постоянное взаимодействие и поддерживать контакты с представителями СМИ, знакомить их с официальными решениями и приказами руководства организации; следить за своевременным распространением информационного материала о деятельности организации;

Владеть:

- владения журналистского творчества;
- основами законодательства о СМИ, рекламе и деятельности структур связей с общественностью;
- профессионально-этическими нормами и правилами журналистской деятельности; формами взаимодействия СМИ и служб связей с общественностью, осознавая сущность, структуру и условия функционирования информационного рынка;
- основами планирования работы редакции и организации нового издания.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

7 зачетных единиц – (252 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация –зачет (7сем.), экзамен (8 сем.)

Аннотации дисциплин модуля «Интегрированные коммуникации».

Основы интегрированных коммуникаций (Рекламы и связей с общественностью)

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина входит в базовую часть цикла дисциплин Б1.

2. Цель освоения курса.

Заключаются в формировании у обучающихся системы представлений и основ теоретико-методологических знаний об особенностях рекламы и PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Задачи курса: - сформировать понятийно-категориальный аппарат по изучаемой дисциплине; сформировать знания о сущностных и технологических особенностях рекламы и публичных рилейшнз, их роли и месте в системе ИМК; сформировать умения работы с рекламой и использования PR-технологий в организации работы СМИ.

3. Краткое содержание дисциплины.

Роль PR в системе общественных отношений. Принцип социальной ответственности бизнеса. Модели PR. Определения, принципы и функции PR. Место PR в системе ИМК. Смежные понятия. Требования к личным качествам пиармена. Образование в сфере PR. Истоки. Зарождение основ профессии в США. Институционализация. Пионеры PR. Основные этапы. Характеристики современного этапа. Экономические, политические, социальные предпосылки генезиса и развития PR. PR в России. Общественные группы как источник информации. Типология групп. Понятия общественного мнения, установки. Механизмы формирования общественного мнения. Изучение общественного мнения. Типы исследований. Процесс коммуникации и его элементы. Содержание взаимоотношений. Социальное окружение. Влияние на общественность. Вопросы этики. Теория управления PR. Роль исследований в планировании стратегии, методы. Определение проблем: формулирование, анализ ситуации. Основные этапы стратегического планирования. Миссия. Целевое планирование. Программирование. Содержание, формы и методы работы со СМИ. Требования к составлению сообщения. Надежность источника сообщения. Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации. Принципы эффективной коммуникации. Спиддокторство. Акции и специальные события. Критерии оценки. Оценка процесса и результатов программы. Интерпретация результатов. Метод «из уст в уста». Информационные и имиджевые материалы: биография руководителя, история-легенда, пресс-релиз, бэкграундер, факт-листок, авторская статья. Организация специальных событий. Виды событий. Псевдособытия. Спонсорство и благотворительность, фандрайзинг. Понятие имиджа, природа имиджа, структура. Внутренняя общественность и имидж организации. Управление имиджем. Корпоративная культура как основа формирования имиджа и область стратегических изменений. Корпоративная философия. PR-реклама имиджа. Задачи переговоров и переговорщика. Стадии переговорного процесса. Принципы конструктивности. Теория переговоров. Гарвардская модель переговоров. Стратегия переговоров с трудным противником У. Юри.

Переговоры с террористами. Правила коммуникации в кризисной ситуации. Факторы успеха. Борьба со слухами. Радио- и телеинтервью, интервью для печатных органов. Ораторское искусство. Неречевые навыки коммуникации.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

-способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК -4);

5. Планируемые результаты обучения

Знать:

- принципы организации эффективных рекламных кампаний в сфере бизнеса;
- понимать взаимосвязь рекламы с другими бизнес-процессами коммерческих компаний, понимать взаимосвязь функционирования современных средств массовой информации и рекламной деятельности

Уметь:

- осуществлять планирование рекламных кампаний с учётом характеристик целевой аудитории, исследовательских данных;
- составлять брифы на изготовление рекламной продукции; ориентироваться в преимуществах и недостатках различных медиа как средств распространения рекламы.

Владеть:

- навыки оценки эффективности рекламных кампаний и рекламной продукции навыками взаимодействия с различными участниками рекламного рынка

6. Общая трудоемкость дисциплины:

6 зачетных единиц – (216 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (2 сем.).

Современная имиджелогия

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина входит в базовую часть цикла Б1.

2. Цель изучения дисциплины:

- сформировать представление у студентов об основных теоретических подходах к проблеме имиджа, принципах формирования, функциях, методах преподавания данной дисциплины, о роли имиджа в современном бизнесе, политике, в повседневной жизни.

3. Краткое содержание дисциплины

Сущность и специфика учебного предмета. Введение в имиджелогия. Истоки имиджелогии. Имиджелогия - отрасль современного человековедения. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Имидж и маска. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. "Я- концепция". Самодвижущая сила. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа. Обаяние - "личностное сияние". Обаяние: большой секрет и маленькие хитрости. Слагаемые привлекательности. Специфика эффекта "личного обаяния". Человек - конструктор своего имиджа. Теоретические основания имиджа. Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента. Закономерности формирования и функционирования имиджа. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект, субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение общественное сознание. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Значение и личностный смысл. Семиотические процессы формирования имиджа. Психологический механизм принятия информации (феномен когнитивного равновесия). Виды психологической защиты, блокирующие информационное воздействие. Профессиональный портрет специалиста по имиджу. Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджелогии. Диагност. Креатор. Коммуникатор. Модератор. Медиатор. Фасилитатор. Аттрактор. Методы работы имиджмейкера с клиентом. Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере. Концептуальный подход. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью. Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере (Метод экспрессии. Метод интроспективного анализа. Рефлексивный тренинг. Метод по развитию творческого самочувствия. Ортобиотический тренинг. Активные групповые методы. Поведенческий тренинг и т.д.). Методы преподавания имиджелогии как учебного предмета. Педагогический процесс. Закономерности, принципы и способы оптимизации учебного процесса. Выбор методов обучения. Классификация методов обучения и критерии их оптимального выбора. Сравнительный анализ эффективности различных методов обучения. Технология имиджирования: позиционное представление презентации. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации. Влияние подсознательной информации на возникновение.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- 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)

5. Планируемые результаты обучения

Знать:

- основные приемы и технологии в области конструирования индивидуального и корпоративного имиджа

Уметь:

- обосновать выбор тех или иных имиджевых стратегий и коммуникативных инструментов в процессе изучения и создания имиджа

Владеть:

- навыки построения различных типов имиджа

6. Общая трудоемкость дисциплины.

5 зачетных единиц – (180 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (8сем.).

Аннотации дисциплин модуля «Менеджмент».

Основы менеджмента

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина входит в базовую часть блока Б1.

2. Целями освоения дисциплины

Является изучение закономерностей управления в социально-экономических системах, формирование у будущих специалистов прочных теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента с учетом специфики управляемого объекта.

3. Краткое содержание дисциплины.

Формирование и развитие науки о менеджменте. Модели менеджмента. Организационные структуры менеджмента. Коммуникационные процессы. Управленческие решения. Кадровая политика. Мотивация персонала. Экономическая эффективность менеджмента.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

-владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

5. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- сущности менеджмента, его объекта и условий в которых он функционирует, содержания процесса менеджмента;
- социально-психологических проблем менеджмента, проблем мотивации, лидерства и руководства; социальных вопросов и этики предпринимательства, проблем управления развитием, изменениями, группами, конфликтами и стрессами;
- связующих процессов менеджмента, а также форм и методов обеспечения эффективного управления;

Уметь:

- правильно определить сущность и содержание процессов управления, руководства, предпринимательства и менеджмента, провести анализ внутренней и внешней среды объекта менеджмента, социальных и психологических факторов, определяющих эффективность взаимодействия и связующих процессов менеджмента;
- наладить процессы коммуникаций, принятия решений; обеспечить эффективное управление организацией;

Владеть:

- использования знаний и умений для организации предприятий, определения их миссии, целей, задач, стратегии и тактики функционирования объекта менеджмента для практического использования принципов мотивации, выбора эффективного стиля руководства и лидерства, навыков управления группами, конфликтами, стрессами, управления социальными процессами, организационным развитием и изменениями на предприятии;
- организации коммуникаций и взаимодействия на предприятиях; использования моделей и методов рационального решения проблем; управления конкретными процессами и объектами на предприятиях.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

8 зачетных единиц – (288 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация –зачет (5 сем.), экзамен (6 сем.).

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина входит в базовую часть цикла Б1.

2. Целями освоения дисциплины

Являются: во-первых, ознакомление студентов с современными принципами организации работы отдела рекламы и PR в бизнес-структуре, в некоммерческой общественной организации, госструктуре. Во-вторых, курс призван помочь студентам изучить на конкретных примерах из современной жизни, оценить и понять, как работает отдел рекламы и PR в структуре организации, как готовится годовой план работы, планируется бюджет подразделения. В-третьих, изучить эффективные технологии управления персоналом отдела рекламы и PR. И, в-четвертых, курс призван помочь студентам развить в себе уникальную систему компетенций и приобрести практические навыки работы по отдельным направлениям деятельности отдела рекламы и PR.

3. Краткое содержание дисциплины

Принципы стратегического и тактического планирования деятельности отдела по рекламе и PR; принципы формирования команды PR-департамента и рекламного отдела; принципы работы со СМИ; принципы формирования бюджета департамента и планирования работы; принципы оценки эффективности работы отдела рекламы и PR.

Сущность комплексного и ситуационного а конкурентной среды организации; приемы соединения разнодисциплинарных инструментов в приложении к решению поставленной преподавателем задачи, превращения информации в знания; применять и делиться полученным знанием; принимать решения в состоянии стресса и ограниченного контроля времени; выбирать конкретные применения знаний и умений к анализу ситуации; выступать публично на профессиональные темы. Понятие и сущность экспертной оценки и стратегического планирования; прикладные методы и методики анализа, включая изучение и конструирование кейсов, мозговой штурм, ситуационный анализ и др.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК -2),
- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественность (ПК-1);
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

5. Планируемые результаты обучения

Знания: функциональные основы и принципы организации Отделов рекламы и связей с общественностью в структуре предприятий бизнеса и коммерции.

Умения: проводить мониторинг информационной среды, составлять пресс-клиппинг, взаимодействовать со СМИ, а также решать иные производственные задачи.

Навыки: общими представлениями о профессиограмме специалиста Отдела по рекламе и связям с общественностью и направлениях их деятельности.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

7 зачетных единиц – (252 часа).

7.Форма контроля.

Промежуточная аттестация –зачет (6 сем.), экзамен (7 сем.).

Репутационный менеджмент

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: сформировать у обучающегося систему знаний о теоретических основах организационного развития.

3. Краткое содержание дисциплины.

Теория организационного развития в системе наук, организация как социальная структура, структура организации, организационное развитие как инновационный процесс, системное управление организационным развитием.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью (ПК-1);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- историю и причины появления социального феномена «репутация»; основные понятия, категории и инструменты современных средств массовых коммуникаций; роль нематериальных активов в новой парадигме бизнеса; основные задачи и функции управления репутацией; основные принципы и задачи репутационного менеджмента;

Уметь:

- анализировать современное информационное пространство; ориентироваться в новой реальности, созданной средствами массовых коммуникаций; распознавать виртуальные образы и симулякры, созданные для решения конкретных маркетинговых задач;

Владеть:

- понятийным аппаратом в области управления репутацией и репутационного менеджмента.

6. Общая трудоемкость дисциплины:

5 зачетных единиц (180 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (7 сем.).

Медиапланирование

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является практико-ориентированное обучение стратегическому планированию использования различных медиаканалов в качестве носителей рекламных посланий.

3. Краткое содержание дисциплины.

В ходе изучения курса студенты узнают о том с помощью каких методов получают данные, на основе которых осуществляется медиапланирование рекламных кампаний. Каковы особенности этих методов, в чём их преимущества и недостатки, какие

ограничения накладываются полученные данные на процесс медиапланирования. Студенты получают представление о том какое место занимает медиапланирование в структуре рекламной кампании, какой анализ необходимо провести прежде чем приступить к самой процедуре медиапланирования, что должно содержать задание на проведение и размещение рекламной кампании. Важной частью медиапланирования является разработка стратегической и тактической частей процесса. Студенты знакомятся с основными их этапами, а также со всеми понятиями и категориями используемыми медиапланировщиками (охват, частота, доля аудитории, рейтинг, цена за тысячу контактов, цена за пункт рейтинга и т.д). После изучения курса студенты получают все необходимые навыки и знания для осуществления процедуры медиапланирования, оценки показателей медиаэффектов и их связей с эффективностью рекламной кампании.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- умение планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью (ПК-1);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- принципы организации процесса медиапланирования в организации и проведении рекламных кампаний в сфере бизнеса;

- понимать взаимосвязь эффективности медиапланирования с общей эффективностью рекламной кампании, понимать взаимосвязь функционирования современных средств массовой информации и рекламной деятельности.

Уметь:

- осуществлять планирование рекламных кампаний с учётом характеристик целевой аудитории, исследовательских данных;

- ориентироваться в преимуществах и недостатках различных медиа как средств распространения рекламы.

Владеть:

- навыками оценки эффективности медианосителей как средств распространения рекламной информации, навыками оперирования основными понятиями медиапланирования, навыками составления медиапланов, навыками оценки эффективности медиапланов.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

9 зачетных единиц (324 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (6 сем.), экзамен (7 сем.).

Основы маркетинга

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели изучения дисциплины: формирование системы знаний о маркетинге как современной концепции бизнеса, направленной на создание компанией конкурентных преимуществ.

3. Краткое содержание дисциплины.

Маркетинг как концепция управления в рыночной экономике, маркетинговая среда предприятия, маркетинговая информационная среда, сегментирование рынка, исследование рыночной конъюнктуры, сбытовая политика предприятия.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- умение планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- функции и роль маркетинга в системе управления фирмой;
- основные направления исследований в маркетинге;
- методики анализа потребительского поведения и сегментирования рынка;
- основы товарной и сбытовой политики фирмы;
- основные каналы маркетинговых коммуникаций;
- содержание маркетинговой управленческой деятельности.

Уметь:

- систематизировать и обобщать информацию по вопросам маркетинговых исследований; формулировать и решать задачи сегментирования рынка;
- определять факторы, влияющие на формирование товарной и сбытовой политики фирмы;
- определять направления и конкретные инструменты маркетинговых коммуникаций;
- обосновать выбор оптимальной маркетинговой стратегии фирмы из множества альтернатив;
- планировать мероприятия в рамках комплекса маркетинга.

Владеть:

- методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей, сбора, обработки и анализа маркетинговой информации;
- навыками эффективной передачи информации целевой аудитории фирмы;

- способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии фирмы, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по маркетингу, используя современные образовательные технологии.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

7 зачетных единиц (252 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.), экзамен (3 сем.).

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является развитие у студентов представления о системе маркетинговых исследований как информационной базы адаптации предприятия (организации) к изменениям внешней и внутренней среды и формирование практических навыков проведения маркетинговых исследований.

3. Краткое содержание дисциплины.

Основы ситуационного анализа Информационное обеспечение и методы сбора данных в маркетинговых исследованиях Анализ данных и подготовка итогового отчета о маркетинговом исследовании. Основные направления маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- умение осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- процесс маркетингового исследования;
- ситуационный анализ как этап планирования рекламной деятельности;
- способы получения и анализа исследовательской информации;

Уметь:

- использовать теоретические знания для решения конкретных задач в области организации маркетинговых исследований для рекламных предприятий;
- разрабатывать программы маркетинговых исследований;

- использовать методы маркетинговых исследований и сбора информации

Владеть:

- навыками самостоятельного расширения и углубления знаний в области организации маркетинговых исследований;
- навыками проведения ситуационного анализа в сфере деятельности конкретного предприятия.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

8 зачетных единиц (288 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (7 сем.), экзамен (8 сем.).

Аннотации дисциплин модуля «Профессиональный модуль».

Теория и практика рекламы

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины являются ознакомление студентов с сущностью рекламы как инструментом маркетинговой политики компаний и вооружение их представлениями об одном из наиболее влиятельных сил экономики.

3. Краткое содержание дисциплины.

Определение рекламы, ее место и роль в комплексе маркетинга, значение в системе маркетинговых коммуникаций. Сущность и специфика планирования и проведения рекламных кампаний, приводится их типология, периодизация, обосновывается выбор целей рекламных кампаний, значение и специфика сегментирования рынка, необходимость проведения конкурентного, конъюнктурного анализа. Основные понятия и категории медиапланирования. Понятие потребителя как основного объекта маркетинговой деятельности производителя, в связи с этим потребителю уделяется особое внимание. Анализ географических, социо-демографических и психографических характеристик потребителя, анализ полученных данных. Анализ правовой базы российской рекламы: законодательное определение, общие требования, предъявляемые к рекламе, понятие ненадлежащей рекламы, понятие товаров и услуг, подлежащих специальному правовому регулированию. Роль рекламы и тенденции ее развития в современном мире.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- 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 навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- принципы организации эффективных рекламных кампаний в сфере бизнеса;
- понимать взаимосвязь рекламы с другими бизнес-процессами коммерческих компаний.

Уметь:

- осуществлять планирование рекламных кампаний с учётом характеристик целевой аудитории, исследовательских данных;
- составлять брифы на изготовление рекламной продукции;
- ориентироваться в преимуществах и недостатках различных медиа как средств распространения рекламы.

Владеть:

- Навыками оценки эффективности рекламных кампаний и рекламной продукции, взаимодействия с различными участниками рекламного рынка, генерирования идей для рекламных кампаний и рекламной продукции

6. Общая трудоемкость дисциплины.

10 зачетных единиц (360 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.), экзамен (5 сем.).

Креативные стратегии и реклама

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: преподавания дисциплины «Креативные стратегии и реклама» является освоение современных теоретических подходов и практических компетенций рекламного творчества с учетом особенностей генезиса современной рекламы и публичных рилейшнз в соответствии с задачами подготовки выпускников к

проектной и производственно-технологической деятельности в области рекламы и связей согласно ОП подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

3. Краткое содержание дисциплины.

Творчество в маркетинге и рекламе, Креатив и стратегии в рекламе, Понятие «стереотипа» и «инерции мышления» в области рекламы, Закономерность S-образного развития рекламных систем и уровни новизны в рекламной деятельности, Классификация и характеристика креативных методов, Методы активизации творческого мышления, Бриф – исходные данные для креатива, Фанки-креатив.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- Предметную сферу и принципы креатива в рекламе; основные рекламные стратегии рационального и эмоционального воздействия, рекламные стратегии VIPS и ROI; основные креативные концепции, принципы создания рекламной идеи, рекламного сообщения, релевантного коммерческого сообщения, принципы формирования эффективного креатив-брифа.

Уметь:

- Подбирать и планировать рекламные стратегии, разбираться в вопросах анализа маркетинговой составляющей рекламного сообщения, согласование креатива с маркетинговой задачей, стадией жизненного цикла товара и мотивами целевой аудитории.

Владеть:

- основными технологиями креативного планирования; алгоритмом поиска креативной концепции и рекламной идеи, подходами к определению рекламной проблемы и навыками формулирования креативной рекламной стратегии.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

6 зачетные единицы (216 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.), экзамен (3 сем.).

Технология рекламы и связей с общественностью

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: сформировать у обучающихся систему основ теоретико-методологических знаний об особенностях рекламы и PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

3. Краткое содержание дисциплины.

Общественные группы как источник информации. Типология групп. Понятия общественного мнения, установки. Механизмы формирования общественного мнения. Изучение общественного мнения. Типы исследований. Процесс коммуникации и его элементы. Содержание взаимоотношений. Социальное окружение. Влияние на общественность. Вопросы этики. Теория управления PR. Роль исследований в планировании стратегии, методы. Определение проблем: формулирование, анализ ситуации. Основные этапы стратегического планирования. Миссия. Целевое планирование. Программирование.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью (ПК-1);

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

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основы теории и практики массовой информации, основы теории коммуникации, основные положения делового общения, основы социологии массовых коммуникаций, теорию и практику связей с общественностью и рекламы, знать профессиональные, этические, правовые требования к специалисту по рекламе и связям с общественностью, основные тенденции развития отечественной и зарубежной индустрии публичных рилейшнз и института рекламы.

Уметь:

- применять профессиональные, этические, правовые требования к специалисту по рекламе и связям с общественностью.

Владеть:

- основными теоретическими и практическими знаниями.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

9 зачетных единиц (324 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.), экзамен (6 сем.).

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины состоит в повышении эффективности использования веб-технологий в профессиональной деятельности рекламиста, в повышении интеллектуального уровня, информационной, коммуникационной культуры будущего специалиста в области рекламы.

3. Краткое содержание дисциплины.

Дизайн в Internet: задачи, подходы, решения. Основные понятия и терминология. Этапы разработки веб-сайта. Уменьшение затрат ресурсов и сроков создания веб-сайта. Основные формулировки в техническом задании на разработку сайта. Возможности современных программ, используемых для создания веб-страниц. Обзор программ MacromediaDreamWeaver, HomeSite и MicrosoftFrontPage. Основные возможности программы DreamWeaver. Задание цветового оформления. Выбор цветовой схемы. Язык разметки HTML, структура HTML-документа, теги и элементы HTML, заголовок и тело документа, атрибуты тегов. Использование каскадных таблиц стилей CSS. Элементы информационной архитектуры. Распределение информации по разделам сайта с учетом информационной, логической и визуальной взаимосвязи между разделами. Основные компоненты веб-страницы и способы их визуального представления на страницах сайта. Разработка простого макета страницы и линейной системы навигации. Использование шаблонов (templates) DreamWeaver: создание шаблонов, применение к готовым страницам, модификация шаблонов. Эргономика сайта (web-usability). Факторы, которые затрудняют и факторы, которые облегчают восприятие пользователем информации на сайте. Макетирование в WEB. Приемы макетирования. Создание фиксированных и адаптируемых страниц. Размещение информации на странице с учетом решаемых задач. Примеры удачных и неудачных решений. Система навигации на сайте. Принципы построения системы навигации. Создание навигационных палитр. Требования к иллюстрациям в Internet. Обзор форматов иллюстраций: JPEG, GIF, PNG, SWF, SVG. Подготовка графики в программах AdobePhotoShop, AdobeImageReady и MacromediaFireworks. Способы уменьшения объема файла. Использование коллекций изображений (Clipart) векторных графических редакторов на примере CorelDraw.4.4. Подготовка изображений, имеющих прозрачные области. Представление текстовой информации. Создание кнопок. Имитация различных состояний кнопки. Создание фоновых иллюстраций. Техника создания бесшовных узоров в программах AdobePhotoShop и AdobeImageReady. «Нарезка» изображений на фрагменты в программе AdobeImageReady. Оптимизация фрагментов изображений. Что такое GIF-анимация. Способы создания и параметры анимации. Способы уменьшения объема файла. Использование AdobeImageReady и UleadGifAnimator для создания gif-анимации. Преобразование в gif-анимацию файлов двухмерной и трехмерной графики. Баннеры: параметры, размещение на веб-странице. Разработка сюжета баннера. Использование gif-анимации и роликов FLASH в баннерной рекламе. Воздействие баннерной рекламы на пользователя. Применение карт изображений ImageMap в веб-дизайне. Основные сведения о программе DreamWeaver. Назначение палитр Behaviors

и TimeLine Работа с веб-страницами. Работа с текстом, гиперссылками, графическими изображениями.

Табличный дизайн. Использование шаблонов. Анимация элементов веб-страниц. Работа с формами. Сложные операции: создание раскрывающихся меню, анимация слоев, создание эффекта «rollover». Использование возможностей MacromediaFlash. Способы публикации созданного сайта. Критерии оценок созданного сайта. Способы снижения визуального шума и повышения четкости подачи материала. Этапы стандартного тестирования сайта. Методика тестирования сайта на аудитории. Выработка предложений по редизайну и обоснование необходимости редизайна. Обзор ресурсов, связанных с вопросами веб-дизайна и Web-usability.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основные виды, средства, формы коммуникаций; основные виды аудиовизуальной коммуникации; основные виды рекламной продукции

Уметь:

- ориентироваться в средствах массовой коммуникации, интерпретировать рекламные медиатексты, составлять различные виды аудиовизуальной продукции, составлять концепции специальных PR-мероприятий.

Владеть:

- традиционными и современными технологиями, навыками работы с Пр-текстами, навыками компьютерного дизайна, навыками работы с Интернет-технологиями

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (6 сем.).

Дизайн и графические программы в рекламной деятельности

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: студенты осваивают специфику и основные методы дизайнерской проектно-художественной деятельности. Лабораторные работы, предусмотренные программой, разработаны с учётом требований культуры проектирования и способствуют развитию у студента навыка проектного мышления. Содержание дисциплины может быть интегрировано с дисциплинами «Дизайн и рекламные технологии», «Компьютерная графика», «Дизайн в сфере применения».

3. Краткое содержание дисциплины.

Теория и методологии дизайна, современные методы разработки рекламного дизайн-проекта, методология деятельности при разработке объектов дизайна, последовательность разработки дизайн-проекта, современные методы дизайн-проектирования, концептуальный дизайн-проект, его особенности и роль в общей системе дизайн-проектирования.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основные аспекты создания визуальной рекламы, приемы и принципы ее образной выразительности, художественные средства рекламной дизайн-графики;

Уметь:

- использовать основные аспекты графической визуализации в дизайн-проектировании рекламы;

Владеть:

- навыками мышления графического дизайнера при проектировании рекламной дизайн-графики.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

8 зачетных единиц (288 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (5, 6 сем.).

Интернет-реклама

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является изучение студентами базовых представлений о рекламных технологиях в интернете, позволяющих ориентироваться в рекламных стратегиях интернет-бизнеса и интернет-рекламы, в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации из сети с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности.

3. Краткое содержание дисциплины.

Курс дает начальное представление об интернет-платформах новых медиа как маркетинговых инструментах, моделях коммуникации в интернете, особенностях восприятия аудитории. Особое место уделено вопросам изучения сайтов, выступающих своего рода рекламной витриной представления деятельности конкретной компании или корпоративной структуры, а также связям с радикальными изменениями российской рыночной среды и ее специфических условий (цифровой брэнддинг, он-лайн директ-маркетинг, медиапланирование, рекламный менеджмент, паблик рилейшнз и др.). Курс включает наряду с общей информацией вводного плана об интернете, разделы, посвященные сетевому этикету, особенностям Web-индустрии, поиску информации в сети, а также рекламным ресурсам и услугам, который поможет студентам ориентироваться в виртуальном пространстве и повышать свои знания в сфере рекламы.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- теоретические и правовые основы рекламной деятельности в сети-интернет;
- основные способы создания и продвижения рекламной продукции в сети-интернет;

Уметь:

- проводить исследование потребительского спроса, выделять психологические, особенности потребителя;
- планировать рекламную деятельность с учетом рыночных и социальных факторов;
- представлять новый продукт сервисной деятельности;
- оценивать результаты своей деятельности и вырабатывать новые креативные идеи;

Владеть:

- навыками: влияния на потребителя через рекламу; современными информационными технологиями в рекламе; навыками выполнения и создания инновационных проектов в сети интернет.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.).

Социальная реклама

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины "Социальная реклама" является усвоение системы знаний в области рекламы как теоретической и прикладной дисциплины, основных этапов, школ и форм ее развития; особенностей российской социальной рекламы, а также современных методов и методик исследования общественных явлений и процессов, умения применять их на практике; а также формирование у будущих бакалавров в области рекламы способности осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста, общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления рекламной деятельности.

3. Краткое содержание дисциплины.

Объект, предмет, методология и методы рекламной деятельности. Основные исторические этапы развития и современные школы социальной рекламы за рубежом и в России. Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы. Место и роль социальной рекламы в жизни современного общества. Особенности социальной рекламы. Социальная реклама в сети Интернет. Виды социальной рекламы. Средства распространения социальной рекламы. Содержание и формы социальной рекламы. Сущность и эффективность социальной рекламы.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7),
- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- теоретические и практические направления работы в области социальной рекламы;
- специфику производства и потребления социальной рекламы с точки зрения теории коммуникации;
- основные демографические факторы, влияющие на рекламную деятельность.

Уметь:

- осуществлять деятельность по проектированию и созданию социальной рекламы с учетом социальных условий региона;
- анализировать механизмы формирования и трансляции системы ценностей и социально одобренных стилей жизни посредством рекламного сообщения.

Владеть:

- различными способами обращения к целевой аудитории.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.).

Физическая культура и спорт

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть цикла Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: 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.

3. Краткое содержание дисциплины.

Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Ее социально-биологические основы. Физическая культура и спорт как социальные феномены общества. Законодательство Российской Федерации о физической культуре и спорте. Физическая культура личности. Основы здорового образа жизни студента. Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.

Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Основы методики самостоятельных занятий и самоконтроль за состоянием своего организма.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- культурное, историческое наследие в области физической культуры;
 - традиции в области физической культуры человека;
 - сущность физической культуры в различных сферах жизни;
 - ценностные ориентации в области физической культуры;
 - знания об организме человека как единой саморазвивающейся и саморегулирующейся биологической системе;
 - о природных, социально-экономических факторах воздействующих на организм человека; о анатомических,
 - морфологических, физиологических и биохимических функциях человека;
 - о средствах физической культуры и спорта в управлении и совершенствовании функциональных возможностей организма в целях обеспечения умственной и физической деятельности;
 - единство нормативной правовой базы в области физической культуры и спорта на всей территории РФ;
 - федеральные законы и иные нормативные правовые акты РФ, законы и иные нормативные правовые акты субъектов РФ, содержащие нормы, регулирующие отношения в области физической культуры и спорта;
 - понятие здорового образа жизни, способы сохранения и укрепления здоровья
- здоровье человека как ценность и факторы, его определяющие;
- взаимосвязь общей культуры студента и его образа жизни;
 - здоровый образ жизни и его составляющие;
 - влияние вредных привычек на организм человека;
 - применение современных технологий, в том числе и биоуправления как способа отказа от вредных привычек;
 - знание методов и средств физической культуры и спорта для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья;
 - основы формирования двигательных действий в физической культуре;
 - знание целей и задач общей физической подготовки и специальной подготовки в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
 - структуру подготовленности спортсмена: техническая, физическая, тактическая, психическая подготовка;
 - зон и интенсивности физических нагрузок;
 - структуры и направленности учебно-тренировочного занятия;
 - знание современных популярных систем физических упражнений;
 - понятия профессионально-прикладной физической подготовки (ППФП), ее цели, задач и средств;
 - методики подбора средств ППФП;
 - форм и содержания самостоятельных занятий;
 - границ интенсивности нагрузок в условиях самостоятельных занятий у лиц разного возраста;

- содержания производственной физической культуры;
- особенностей выбора форм, методов и средств физической культуры и спорта в рабочее и свободное время специалистов;
- влияния индивидуальных особенностей, географо-климатических условий и других факторов на содержание физической культуры специалистов, работающих на производстве;
- профессиональных факторов, оказывающих негативное воздействие на состояние здоровья специалиста избранного профиля.

Уметь:

- анализировать, систематизировать различные социокультурные виды физической культуры и спорта;
- реализовывать духовные, физические качества в различных сферах жизнедеятельности человека; реализовывать потенциальные возможности в умениях, навыках физических способностях;
- подбирать системы физических упражнений для воздействия на определенные функциональные системы организма человека;
- дозировать физические упражнения в зависимости от физической подготовленности организма;
- оценивать функциональное состояние организма с помощью двигательных тестов и расчетных индексов;
- интегрировать полученные знания в формирование профессионально значимых умений и навыков;
- применять методы отказа от вредных привычек;
- использовать различные системы физических упражнений в формировании здорового образа жизни;
- применять принципы, средства и методы физического воспитания;
- подбирать и применять средства физической культуры для освоения основных двигательных действий;
- оценивать уровень развития основных физических качеств с помощью двигательных тестов и шкал оценок;
- использовать средства физической культуры и спорта для формирования психических качеств личности;
- использовать средства физической культуры для общей физической и специальной подготовки в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
- самостоятельно выбирать виды спорта или систему физических упражнений для укрепления здоровья;
- использовать средства профессионально-прикладной физической подготовки для развития профессионально важных двигательных умений и навыков;
- осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма во время самостоятельных занятий;
- использовать методы и средства физической культуры и спорта в рабочее и свободное время;
- использовать средства и методы профилактики травматизма на производстве.

Владеть:

- владение знаниями и навыками здорового образа жизни, способами сохранения и укрепления здоровья;
- различными системами физических упражнений;
- методическими принципами физического воспитания, методами и средствами физической культуры;
- средствами освоения основных двигательных действий;

- основами общей физической и специальной подготовка в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
- самостоятельно выбирать виды спорта или систему физических упражнений для укрепления здоровья;
- основами профессионально- прикладной физической подготовки, основами методики самостоятельных занятий и может осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (6 сем.).

ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ.

История Бурятии

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: получить представление об основных этапах становления и развития региона с древнейших времен и до наших дней, выявление общих закономерностей и национально-культурных особенностей. История Бурятии является частью «Отечественной истории».

3. Краткое содержание дисциплины.

Антропогенез на территории Бурятии. Палеолит, мезолит, неолит, бронзовое время. Древние государства на территории Центральной Азии. Монгольское государство. Этногенез бурятского народа. Миграционная и автохтонная теория. Образование крупных племенных объединений бурят. Начало процесса формирования бурятской народности. Особенности историографии процесса присоединения Прибайкалья к России на разных этапах развития исторической науки. Первые выступления казачьих отрядов. Присоединение Забайкалья. Заключение Нерчинского договора России с Китаем. Заключение С. Рагузинским Буринского трактата с Китаем. Русско-монгольские отношения в 70-80-х годах XVII в. Последствия и историческое значение присоединения Бурятии к России. Особенности земледельческого освоения. Заселение и земледельческое освоение Забайкалья. Хозяйство бурят и эвенков в конце XVII- XIX вв. Изменение в хозяйственной деятельности бурят и эвенков после присоединения к России. Социально-экономическое развитие в результате строительства Транссибирской железной дороги. Национально-освободительное движение. Бурятия в период первой мировой войны и падения самодержавия. Бурятия в период Февральской буржуазно-демократической революции. Установление советской власти в Бурятии гражданской войны. Образование Бурят-Монгольской автономной советской социалистической республики. Модернизация процессы в Бурятии в 1920-1930-е годы. Бурятии в годы Великой Отечественной войны.

Бурятия в 1946-1964 гг. Общественно-политическая обстановка в Бурятии. Особенности социально-демографических процессов. Экономика Бурятии. Общественно-политическая жизнь. Развитие социально-культурной сферы. Экономика республики.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2),

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- общую закономерность развития региона во взаимосвязи с мировым историческим процессом, особенностей развития культуры, политической истории региона.

Уметь:

- выявлять исторические особенности региональной истории.

Владеть:

- методикой научных исследований.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (1 сем.).

Бурятский язык

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины состоят в формировании у студентов коммуникативной компетенции, способности и готовности осуществлять непосредственное общение (говорение, понимание на слух) и опосредованное общение (чтение с пониманием текстов, письмо).

3. Краткое содержание дисциплины.

Звуки: согласные, гласные – краткие и долгие, дифтонги. Интонация сообщения, согласия, несогласия, общего вопроса, перечисления. Указательные местоимения: *энэ, тэрэ*. Частица предложения: *бэээ*. Отрицательная частица: *бэшэ*. Слова-предложения: *тиимэ, бэшэ*. Структура бурятского предложения. Родительный падеж и совместный

падеж существительных, личные и неличные существительные. Частицы – *гуй, юм, ха, ха Юм, лэ, даа*. Общий и специальный вопрос. Имя прилагательное. Лично-предикат. частицы ед.ч. и мн.ч. Глагол в бурятском языке. Многократное причастие. Числительные, порядковые числительные. Словообразовательный суффикс –*тан*. Частица прошедшего времени –*һэн*. Наречие образа действия. Причастный оборот времени.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на бурятском языке для решения задач личностного и межкультурного взаимодействия (ДК-1).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основы фонетики и грамматики бурятского языка; лексический минимум в объеме 1000 лексических единиц.

Уметь:

- понимать на слух бурятскую речь, построенную на программном материале и адекватно реагировать на нее; участвовать в общении с одним или несколькими собеседниками с целью обмена информацией, логично и последовательно высказываться
- выступать перед аудиторией по заданной или самостоятельно выбранной теме; выразительно читать вслух и наизусть;

Владеть:

- культурой мышления, быть способным к восприятию, анализу и обобщению информации,
- навыками саморазвития;
- основами межкультурной коммуникации в сфере повседневного общения.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.).

Концепция здорового образа жизни и профилактика

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Основной целью освоения дисциплины является комплексное изучение здорового образа жизни во всех его проявлениях, повышение информированности населения, особенно подростков и молодежи, по вопросам здорового образа жизни и планирования

семьи, формирование у студентов ответственного отношения к здоровью и навыков работы по формированию здорового образа жизни среди населения.

3. Краткое содержание дисциплины.

Программа рассматривает основные проблемы здорового образа жизни в современной интерпретации. Здоровье как первая и важнейшая потребность человека. Понятие здорового образа жизни, положения этой системы. Особенности педагогической деятельности по формированию здорового образа жизни.

Рассматриваются основные проблемы здорового образа жизни в: психическое и социальное здоровье, репродуктивное здоровье, а также пагубное влияние вредных привычек. Борьба с наркоманией и токсикоманией и их последствиями

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основы современной теории социального благополучия, качества жизни, физического, психического и социального здоровья;
- основы охраны, укрепления и приумножения здоровья;
- о принципах и методах формирования здорового образа жизни, профилактике вредных привычек;
- о роли учителя в формировании здоровья учащихся и профилактике заболеваний;
- о неотложных состояниях и их диагностике;
- о характере травматизма;
- о симптоматологии инфекционных заболеваний и мерах их профилактики.

Уметь:

- использовать социокультурный потенциал для решения задач обеспечения физического, психического и социального здоровья;
- организовывать оздоровительно-просветительскую работу с учащимися, родителями с целью формирования сохранения и укрепления здоровья;
- уметь оказать помощь при неотложных состояниях;
- владеть приемами сердечно-легочной реанимации;
- уметь оказать помощь при травматических повреждениях (остановить кровотечение, наложить шину, повязку на рану, ожоговую поверхность).

Владеть:

- основными методами неотложной медицинской помощи; средствами самостоятельного, методически правильного использования методов укрепления здоровья; способами ориентации в профессиональных источниках информации; способами совершенствования профессиональных знаний и умений.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.).

Экология

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: ознакомление с основными понятиями экологии, формирование представлений о ноосфере и экосистемах, причинах экологических проблем и формах их устранения.

3. Краткое содержание дисциплины.

Экология -

наука о взаимоотношении живых организмов с неживой средой их обитания.

Задачи экологии: разработка научных концепций охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов, наблюдение за изменением состояния окружающей среды в результате антропогенного воздействия, контроль состояния окружающей среды – экологический мониторинг.

Биосфера и человек: структура биосферы, экосистемы, взаимоотношения организма и среды, экология и здоровье человека; глобальные проблемы окружающей среды, экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны природы; основы экономики природопользования; экозащитная техника и технологии; основы экологического права, профессиональная ответственность; международное сотрудничество в области охраны окружающей среды.

Ноосфера. Экосистема. Основные загрязняющие вещества и источники загрязнения гидросферы. Способы очистки. Формула для расчета кратности разбавления сточных вод в водоеме. Глобальные проблемы экологии. Причины загрязнения водоемов. Способы очистки от железной окарины и нефтепродуктов.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы общей экологии; экологические проблемы окружающей среды; основы экологии человека; экологическое законодательство; основы рационального природопользования; о глобальных экологических опасностях Земли.

Уметь:

- анализировать вредные и опасные факторы окружающей среды; делать некоторые расчёты по экологической оценке гомосферы; обеспечивать экологическую безопасность индивидуального здоровья; анализировать последствия техногенной деятельности для биосферы Земли.

Владеть:

- определить величину экономического ущерба от загрязнения окружающей среды; установить причины, степень опасности и возможное развитие экологической ситуации; определить оптимальные инженерные мероприятия и выбрать технические средства для разрешения кризисных экологических ситуаций; обосновать мероприятия по рациональному природопользованию; обосновать и рассчитать эколого-экономическую эффективность природоохранных мероприятий.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

Аннотации дисциплин модуля «Филология».

Практикум по русскому языку: орфография и пунктуация

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Практикум по русскому языку» является повышение уровня практического владения современным русским литературным языком в различных сферах его функционирования

3. Краткое содержание дисциплины.

Орфография как наука. Принципы русской орфографии. Пунктуация как наука. Принципы русской пунктуации.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия и термины орфографии, ее внутреннюю стратификацию, понимать сущность и значение орфографических знаний, научные основы орфографии.

Уметь:

- применять на практике базовые навыки правописания, сбора и анализа фактов языка в аспекте орфографии.

Владеть:

- основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, навыками работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

5 зачетных единиц (180 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (1 сем.).

Стилистика и литературное редактирование

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цель освоения курса: научить нормативному употреблению языковых средств, принадлежащих к разным функциональным стилям.

3. Краткое содержание дисциплины.

Стилистика как раздел науки о языке. Функциональные стили русского языка. Стилистическая норма. Практическая стилистика русского языка. История редактирования как литературного мастерства. Текст как объект литературного редактирования. Психологические, логические основы редактирования текста. Виды текстов и особенности работы автора над ними.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основные направления развития теории русского языка на современном этапе;

- основные методы анализа теоретических основ предмета «Русский язык»;
- структуру и содержание предмета;
- формы и методы преподавания предмета;
- основные тенденции развития инновационных образовательных технологий.

Уметь:

- моделировать образовательные системы (программы; уроки; олимпиады; технологии и т.д.);
- интерпретировать научно-методическую информацию в нужном контексте;
- проводить рефлексию собственной самообразовательной деятельности;
- анализировать различные методические системы и обобщать результаты анализа;
- организовывать и управлять образовательным процессом на практике.

Владеть:

- свободно проектной деятельностью,
- основными образовательными технологиями.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

Копирайтинг

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: Процесс составления рекламных текстов предполагает знание технологий работы с информацией в любой предметной области, поэтому цель дисциплины копирайтинг заключается в формировании базовых теоретических знаний и конкретных практических навыков по написанию заказных рекламных и обзорных статей, текстов для пресс-релизов, интервью, буклетов, корпоративных новостей, коммерческих и PR- текстов, презентаций.

3. Краткое содержание дисциплины.

Предмет копирайтинга. Рекламный материал в печати, на радио и телевидении. Особенности рекламных текстов. Языковые особенности рекламного стиля и принципы создания рекламных текстов. Элементы психологического воздействия рекламных текстов. Работа с брифом. Принципы создания слоганов. Основные принципы нейминга.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- - обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- особенности использования вербального компонента в рекламных текстах, особенности создания текстов в области связей с общественностью.

Уметь:

- анализировать рекламные и иные профессиональные тексты с точки зрения структуры, жанра, эффективности.

Владеть:

- создания рекламных текстов, иных профессиональных текстов, имеющих различную структуру, жанровую принадлежность.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

История мировой литературы и искусства

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: знакомство с мировой литературой в ее связи с другими видами искусства; формирование адекватного восприятия и систематизированных представлений о процессе генезиса и развития литературы и искусства, об особенностях ведущих эстетических систем, их роли в истории развития литературы и искусства; воспитание навыков самостоятельного анализа и понимания произведений литературы и искусства, не только в художественном, но и в историческом, общественно-политическом контексте; развитие эстетического чувства, умения работать с художественно-стилевыми системами различных периодов.

3. Краткое содержание дисциплины.

Искусство как феномен культуры. Роль искусства в жизни человека, в развитии человеческого общества и преобразовании окружающей действительности. Научное

понимание происхождения искусства. Первобытный синкретизм. Причины появления различных видов искусств. Классический период: формирование основных принципов античного искусства. Христианская картина мира. Понятия “средневековье”, “средневековая литература”.

Классицизм. Живопись (Н. Пуссен). «Правило трех единств» в эстетике драматургии классицизма. Классицистическая трагедия и комедия

Становление и развитие новых жанров. Романтизм в живописи, архитектуре, музыке. Символизм как новое мироощущение. Литература символизма. Импрессионизм и постимпрессионизм. Русская литература и ее влияние на развитие западноевропейских литератур в XX веке. Осмысление последствий второй мировой войны в западной литературе второй половины XX в. Научно-техническая революция и литература. Развитие научной фантастики (Р. Бредбери, С. Лем). «Потребительское общество» и литература. Массовая культура. Вклад японской и латиноамериканской художественной словесности XX века в литературный процесс эпохи.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основные философские, эстетические воззрения различных литературных и культурных эпох; жизнь и творчество выдающихся художников слова; основные понятия и термины, характеризующие литературные процессы разных периодов.

Уметь:

- рассматривать литературный процесс в контексте эпохи;
- выявлять закономерности литературного процесса эпохи, рассуждать о них;
- понимать национальную специфику каждой из изучаемых литератур и выделять межлитературные связи;
- использовать современную терминологию;
- анализировать художественную структуру произведений, творческие системы писателей;
- отличать и выделять явления различной эстетической природы;
- определять широкий культурологический контекст произведений художественной литературы;
- пользоваться справочной и критической литературой;
- реферировать и конспектировать критическую литературу;
- самостоятельно изучать отдельные вопросы, не получившие отражения в курсе лекций.

Владеть:

- основами методами и приемами анализа литературного текста.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

5 зачетных единиц (180 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (1 сем.).

Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: формирование представлений о различных видах информации и умении составлять тексты для различных видов коммуникации. Формирование компетенций владения особенностями коммуникативных процессов в различных сферах общества

3. Краткое содержание дисциплины.

Основные понятия, сущность, цели и задачи копирайтинга, основные качества копирайтера, виды текстов в зависимости от видов коммуникации, виды текстов с учетом их жанрового разнообразия, виды текстов с учетом их целей создания.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основы создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, литературного редактирования, копирайтинга.

Уметь:

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства; организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

Владеть:

- культурой мышления, обобщения, анализа, восприятия информации; основами речи, приемы убеждения.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (7 сем.).

Основы психолингвистики

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Основы психолингвистики» входит в вариативную часть блока Б.1

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы психолингвистики» является ознакомление студентов с основными направлениями современной психолингвистики и ее понятийным аппаратом, исследование специфики отражения психических механизмов в языковых структурах и демонстрация возможности использования психолингвистического знания в проблемных областях современной коммуникации.

3. Краткое содержание дисциплины.

Психолингвистика как наука интегративного типа о теориях речевой деятельности. Отличительные черты и понятийный аппарат психолингвистических исследований. Направления психолингвистических исследований. История психолингвистических идей до возникновения психолингвистики. Современные школы психолингвистики. Методы психолингвистических исследований, методы изучения речи. Наблюдение и эксперимент в научном исследовании. Ассоциативный подход к изучению значения слова. Другие эксперименты по выявлению концептуально-семантических особенностей лексики. Анатомо-физиологические механизмы речи. Основные принципы нейрофизиологии речи. Функциональная организация мозга. Целостность восприятия, категоризации и воспроизведения информации. Порождение и восприятие речи. Модели порождения речи психолингвистики «первого поколения». Особенности понимания процессов коммуникации в трансформационистской психолингвистике «второго поколения».

Психолингвистика в 70-е-90-е годы. Модели порождения речи психолингвистики «третьего поколения». Современная психолингвистика. Внешняя речь как продукт мыслительно-познавательной деятельности. Изолированность формального знака и мыслительной деятельности. Речь как средство экспликации переживаемой значимости. Онтогенез речевой деятельности. Особенности развития и становления мышления и речи в онтогенезе. Подходы к изучению языкового общения. Проблема участия речи в различных видах мышления. Малая и большая программы коммуникации. Патология речи. Причины патологии речи. Первичные и вторичные нарушения. Классификация афазии. Дискурс как материал психолингвистического исследования. Дискурс как процесс и как результат речевой деятельности. Дискурсивный анализ. Этнографический протокол ситуации.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- базовые понятия психолингвистики,
- современные психолингвистические теории,
- иметь представление об этапах развития психолингвистики и её связи с другими лингвистическими дисциплинами.

Уметь:

- идентифицировать соответствующие психо-эмоциональные причинно-следственные связи, определяющие структуру и состав внешней речи.

Владеть:

- навыками интерпретации лингвистических явлений с учетом психологических особенностей говорящего и когнитивных закономерностей речемышления.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (7 сем.).

Элективные курсы по физической культуре

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: направленное использование разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

3. Краткое содержание дисциплины.

Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- знание целей и задач общей физической подготовки и специальной подготовки в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
- структуру подготовленности спортсмена: техническая, физическая, тактическая, психическая подготовка;
- зон и интенсивности физических нагрузок;
- структуры и направленности учебно-тренировочного занятия;
- знание современных популярных систем физических упражнений;
- понятия профессионально-прикладной физической подготовки (ППФП), ее цели, задач и средств;
- методики подбора средств ППФП;
- форм и содержания самостоятельных занятий;
- границ интенсивности нагрузок в условиях самостоятельных занятий у лиц разного возраста;
- содержания производственной физической культуры;
- особенностей выбора форм, методов и средств физической культуры и спорта в рабочее и свободное время специалистов;
- влияния индивидуальных особенностей, географо-климатических условий и других факторов на содержание физической культуры специалистов, работающих на производстве;
- профессиональных факторов, оказывающих негативное воздействие на состояние здоровья специалиста избранного профиля.

Уметь:

- реализовывать духовные, физические качества в различных сферах жизнедеятельности человека;
- реализовывать потенциальные возможности в умениях, навыках физических способностях;
- подбирать системы физических упражнений для воздействия на определенные функциональные системы организма человека;
- дозировать физические упражнения в зависимости от физической подготовленности организма;
- оценивать функциональное состояние организма с помощью двигательных тестов и расчетных индексов;
- использовать различные системы физических упражнений в формировании здорового образа жизни;
- применять принципы, средства и методы физического воспитания;
- подбирать и применять средства физической культуры для освоения основных двигательных действий;
- оценивать уровень развития основных физических качеств с помощью двигательных тестов и шкал оценок; использовать средства физической культуры и спорта для формирования психических качеств личности;
- использовать средства физической культуры для общей физической и специальной подготовки в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
- самостоятельно выбирать виды спорта или систему физических упражнений для укрепления здоровья;

- использовать методы и средства физической культуры и спорта в рабочее и свободное время;
- использовать средства и методы профилактики травматизма на производстве.

Владеть:

- навыками здорового образа жизни, способами сохранения и укрепления здоровья;
- различными системами физических упражнений;
- методическими принципами физического воспитания, методами и средствами физической культуры;
- средствами освоения основных двигательных действий;
- основами общей физической и специальной подготовки в системе физического воспитания и спортивной тренировки;
- самостоятельно выбирать виды спорта или систему физических упражнений для укрепления здоровья;
- основами профессионально-прикладной физической подготовки, основами методики самостоятельных занятий.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

360 часов

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (1-5 сем.).

Риторика

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору .

2. Цель освоения дисциплины

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

3. Краткое содержание дисциплины.

Понятия общая риторика (изучение принципов построения целесообразной речи) и частная риторика (изучение конкретных видов и жанров речи). Риторический Ренессанс (из истории риторики). Особенности русского красноречия. Виды ораторской прозы (судебная, политическая, академическая и др.). Высказывание как главная единица публичной речи. Основные формы и признаки публичного высказывания. Убеждение – основа цельности и эффективности речевого действия. Средства убеждения: логос, этос, пафос. Риторическое построение – метод создания завершеного высказывания. Античный риторический канон – система правил трансформации мысли в слово, завершённая модель речевой деятельности, описывающая полный идиоречевой цикл.

Стадии (шаги) трансформации предмета мысли в слово: *изобретение, расположение, элокуция (словесное выражение), память, действие (исполнение)*. Изобретение – построение замысла целесообразного высказывания, предназначенного конкретной аудитории в конкретных обстоятельствах. Мотивы отбора предметов или явлений, по поводу которых происходит речевое взаимодействие. Закон интереса (важности). Образ аудитории. Градуирование предмета – превращение предмета индивидуального интереса в предмет интереса общественного.

Толика – совокупность смысловых моделей, отражающих общие законы человеческого мышления. Диспозиция – правила расположения идей в речевом произведении, способы и порядок представления содержания в речи. Состав и последовательность речевых форм, уместных в начале (введении), в середине (основной части) и в конце (заключении) речи. Использование ораторского пафоса (“страсти”). Виды общего (литературного) пафоса: героический, сентиментальный, иронический, романтический, реалистический.

Риторическая эмоция (частный пафос) – направление общего пафоса на конкретную положительную или отрицательную ценность. Логическая аргументация: силлогизм и энтимема. Логические законы: закон тождества, закон противоречия, закон исключенного третьего, закон достаточного основания. Логические ошибки. Закон формальной логики как возможность избежать нарушений основных ошибок. Элокуция. Средства словесного выражения замысла. Качества стиля и слог. Тропы и фигуры.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основные понятия ораторского искусства; основные законы, принципы и правила эффективного общения; основы аргументации; закономерности использования риторических приемов и выразительных средств языка в различных сферах речевой деятельности; правила ведения конструктивного спора; основные приемы речевого манипулирования общественным сознанием и приемы их нейтрализации; риторические каноны.

Уметь:

- ориентироваться в различных языковых ситуациях, адекватно реализовывать свои коммуникативные намерения; анализировать и оценивать степень эффективности общения; формулировать (осознавать и узнавать) основные и дополнительные речевые интенции коммуникантов; преодолевать барьеры общения; вести дискуссию в соответствии с принципами и правилами конструктивного спора; создавать речевые произведения с учетом особенностей ситуации общения;

Владеть:

- навыками анализа и совершенствования исполнения (произнесение) текста;
- выявления приемов речевого манипулирования;
- навыками риторического анализа своей и чужой речи;
- навыками продуцирования текстов конкретных речевых жанров

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

Практикум делового общения

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Разъяснить особенности делового общения, развить у студентов коммуникативные и социально-перцептивные способности, привить навыки бесконфликтного и результативного делового общения, умения использовать знания в общении, управлении и взаимодействии в качестве исполнителя или руководителя коллектива.

3. Краткое содержание дисциплины.

Деловой имидж, принципы, средства. Психология личности как основа психологии делового общения. Манипуляция в деловом общении. Понятие "делового маккевиализма". Проявление индивидуального и коллективного бессознательного в деловом общении. Перцепция в деловом общении и ее барьеры. 2. Барьер ореола в перцептивной фазе делового общения. 3. Барьер стереотипизации в перцептивной фазе делового общения. Понятие внешнего конформизма в деловом общении. Понятие внутреннего конформизма в деловом общении. Понятие деловых переговоров, цели и этапы процесса. Психологические приемы ведения переговоров.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

-способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- иметь представление об основных признаках делового общения, составляющих его специфику, знать особенности культуры современного делового общения;

Уметь:

- уметь анализировать и сопоставлять различные модели и виды речевой коммуникации в сфере делового общения;

Владеть:

- владеть навыками подготовки и проведения деловых переговоров и встреч, проводить деловые совещания;

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

Культурология

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Цель теоретического раздела курса - познакомить (в соответствии с проблемно-хронологическим принципом изложения) слушателей с историей культурологической мысли, категориальным аппаратом данной области знания, раскрыть существо основных проблем современной культурологии. Цель исторического раздела - дать представление о специфике и закономерностях развития мировых культур.

3. Краткое содержание дисциплины.

Предпосылки формирования культурологии. Культуроведческий блок наук. Фундаментальная и прикладная культурология. Историческая и теоретическая культурология. Место культурологии в системе наук. Культура первобытной эпохи. Ранние формы религии. Древнейшие цивилизации в истории человечества: Древний Египет, Древняя Индия, Древний Китай. Культура Месопотамии. Культура античности. Культура Средневековья. Культура эпохи Возрождения. Культура эпохи Просвещения. Культура 19 века. Культура 20 века. Особенности русской культуры. Культура бурят.

Семиотика культуры: знак, его типы, знаковые системы. Типология культуры: формационный тип, национальная культура, этническая культура. Динамика культуры: культурогенез. Многообразие подходов к трактовке динамики культуры Типы религий: национальные религии (конфуцианство, даосизм, индуизм, иудаизм.) мировые религии, особенности вероучения, культа и практики. Смысл религиозного спасения. религия в современном обществе. Этноконфессиональная ситуация в бурятском регионе.

Философия жизни, экзистенциализм. Психоаналитическая концепция культуры. Цивилизационный подход, герменевтика как способ трактовки текстов. Игровая концепция культуры. Философско-антропологический подход.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- объектную и предметную области культурологии, ее место в системе наук о человеке, культуре и обществе; основные теоретические концепции культурологии; основные понятия культурологии; особенности национального характера

различных народов; вопросы межкультурной коммуникации, типологии и динамики культуры; глобальные проблемы современности с точки зрения культурологии.

Уметь:

- узнавать характерные варианты культурной динамики; классифицировать конкретные культуры по типам; использовать полученные знания в общении с представителями различных культур, учитывая особенности культурного, социального контекста.

Владеть:

- культурой мышления, способностью в письменной и устной речи правильно и убедительно оформить результаты мыслительной деятельности; приемами и методами устного и письменного изложения базовых культурологических знаний; навыками использования полученных знаний в общении с представителями различных культур, учитывая особенности культурного, социального контекста.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.).

Социология

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Дать студентам необходимый объем как теоретических, так и практических знаний в области социологии. Раскрыть принципы соотношения методологии и методов социологического знания, ознакомить с методикой проведения социологических исследований.

3. Краткое содержание дисциплины.

Специфика социологического видения мира. Объект социологии. Дискуссии о предмете социологии. Социологическое воображение. Законы и основные парадигмы социологии. Структура и уровни социологического знания. Макро- и микросоциология. Методы социологии. Теория и эмпирия как два основных методологических подхода в социологическом познании. Функции социологии. Место социологии в системе общественных и гуманитарных наук. Социально-философские предпосылки социологии как науки. О. Конт — родоначальник социологии. Развитие социологических теорий во взглядах Г. Спенсера (органическая школа). Вклад Э. Дюркгейма в развитие социологии. Теория социального конфликта, смены общественных формаций и классов К. Маркса. Значение М. Вебера для мировой социологии: методология научного исследования, теория социального действия, идеальные типы. Основные направления современной западной социологии. Структурный функционализм Т. Парсонса и Р. Мертон. Теория социального конфликта (Р. Дарендорф, Л. Козер). Символический интеракционизм (Дж. Мид, Г. Блумер, А. Роуз, Т. Стоун). Феноменологическая социология (А. Шюц, П.

Бергер, Г. Гарфинкель). Теории социального обмена (Дж. Хоманс, П. Блау). Общество как социокультурная система. Механизмы функционирования общества как целостности. Социальные связи, социальное взаимодействие и социальные отношения. Структура социальной системы. Характеристика основных подсистем общественной жизни: экономической, социальной, политической, духовной. Развитие общества. Типологии общества. Основные понятия «система» и «структура» и их соотношение. Основные признаки общества. Важнейшие подсистемы общества. Исторические типы обществ. Объективные закономерности функционирования и развития общества как социокультурной системы. Общество и государство. Государство как часть общества. Гражданское общество. Человек, индивид, личность. Социологический подход к личности. Личность как социальный тип. Общественное и индивидуальное в личности. Зависимость личности от общества и автономия личности. Концепции личности. Теории личности З. Фрейда, Л. Колберга, Л.С. Выготского. К. Юнга. Теория Ч. Кули, Дж. Мида. Социально-исторические типы личности. Типология личности. Социальный статус и его структура. Статусный набор. Иерархия статусов. Социальная роль. Концепция социальной роли Дж. Мида. Классификация ролей Дж. Морено. Основные характеристики описания роли. Понятие ролевого набора. Проигрывание, построение и принятие ролей. Ролевая идентификация и ролевое дистанцирование.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- структуру социологического знания, соотношение социологии с другими науками; предысторию и социально-философские предпосылки социологии как науки, основные этапы ее становления и развития, основные направления современной социологической науки; системный подход к анализу общества, теории развития общества, социальных изменений; социологические концепции личности, понятия социального статуса и социальной роли, основные этапы и агенты социализации личности; роль социальных институтов в жизни общества, их функции и дисфункции; понятия социальной структуры и социальной стратификации общества, виды социальной мобильности; особенности методов сбора информации и процедуры социологического исследования.

Уметь:

- анализировать современные социальные проблемы, выявлять причины и прогнозировать тенденции их развития; составлять программы проведения микро- и макросоциологических исследований, разрабатывать инструментарий, обрабатывать эмпирические данные; работать с источниками информации: социально-политической, научной и публицистической литературой и библиографией, периодикой, статистическими источниками, материалами эмпирических исследований

Владеть:

- применять полученные теоретические знания на практике и использовать социологическую информацию в своей деятельности, осмысливать общественные явления и ориентироваться в них.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.).

Мастер-класс «Проектирование в рекламе и связях с общественностью»

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование знаний о теоретических основах проектирования в PR и рекламе; функциях проектной деятельности; технологиях управления проектной деятельностью; принципах управления проектной деятельностью в PR и рекламе.

3. Краткое содержание дисциплины.

Проект, проектирование, проектная деятельность в рекламе и СО; функции и принципы проектной деятельности, субъект и объекты проектной рекламной и коммуникационной деятельности, логика управления проектной деятельностью в рекламе и СО, этапы управления, предпроектный этап, логика управления проектной деятельностью в рекламе и СО, этапы управления, предпроектный этап, этап реализации проекта. Рефлексивный и послепроектный этапы. Виды проектов в рекламе и СО. Сетевые проекты. Международные проекты. Результаты проектной деятельности. Оценка результатов проектной деятельности в сфере рекламы и СО.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

-умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК- 5);

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью (ПК-1).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- классификацию мероприятий рекламы и PR; способы и технологию подготовки PR-акций; методы проведения рекламных и PR-кампаний; формирование и проектирование имиджа и корпоративной культуры; основы интегрированных коммуникаций.

Уметь:

- проводить PR и рекламные кампании; организовывать мероприятия в сфере рекламы и связей с общественностью: встречи, презентации, выставки, форумы и т.д.; создавать ATL- и BTL-акции, рекламные кампании; подготавливать проектную документацию: тех. задания, бизнес-планы, креативные брифы, соглашения, договоры, контракты и т.д.

Владеть:

- теоретическими знаниями основ рекламы и связей с общественностью; основами корпоративной культуры; проектированием креативного продукта; практическими навыками создания и проведения рекламных мероприятий и мероприятий PR.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

6 зачетных единиц (216 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.), экзамен (5 сем.).

Антикризисный PR

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Цель учебной дисциплины «Антикризисный PR» - формирование у будущих бакалавров системы базовых знаний и навыков целостной системы представлений об антикризисных мероприятиях PR, субъектах антикризисной деятельности и их функциях, базовых процессах и технологиях, обучение основным навыкам планирования, оценки, формам и методам взаимодействия с целевыми аудиториями и медиаторами коммуникаций.

3. Краткое содержание дисциплины.

Кризис: представления, симптомы. Типология кризисов. Паблик рилейшнз в управлении кризисом. Понятия и принципы антикризисного PR. Содержание антикризисного PR. Основные функции, стратегии и содержание деятельности PR и рекламных служб в различных фазах кризиса. Особенности связей с общественностью в кризисных ситуациях. Паблик рилейшнз в сфере взаимодействия со средствами массовой информации (СМИ) в кризисных ситуациях. Принципы и методы организации антикризисного PR.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основы проведения антикризисных и PR-кампаний;
- этапы подготовки, планирования, реализации, оценки эффективности кампаний в антикризисных условиях;
- способы анализа результатов проведенных мероприятий;
- способы сравнительного анализа антикризисных PR-кампаний;
- особенностей антикризисных и PR-кампаний в различных сферах общественной жизни;
- механизм взаимодействия организации с представителями ее внутренней и внешней среды;

Уметь:

- разрабатывать планы организации антикризисных и PR-кампаний;
- осуществлять эффективную коммуникационную деятельность в ходе проведения событийных антикризисных мероприятий;
- анализировать полученные результаты и представлять их в виде отчетов;
- планировать бюджет проводимых антикризисных мероприятий;
- использовать основные приемы и инструменты публичных рилейшнз в подготовке материалов для размещения в СМИ участия в пресс-конференциях, презентациях, исследовательской работе;
- практически использовать методы антикризисного PR в современных российских условиях;

Владеть:

- технологиями организации антикризисных и PR-кампаний;
- навыками предпосылок становления и развития, направления и формы реализации антикризисного PR;
- навыками реализации принципов успешной самопрезентации;
- навыками содержания и методов антикризисного PR методов ведения деловой коммуникации;
- навыками использования опыта антикризисного PR в практической деятельности российских организаций, находящихся в кризисном состоянии.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

6 зачетных единиц (216 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.), экзамен (5 сем.).

Правовые основы рекламной деятельности

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения учебной дисциплины: В результате изучения дисциплины студенты должны изучить правовые рамки деятельности субъектов российского и международного рынков рекламы и связей с общественностью;

3. Краткое содержание дисциплины.

История и основные принципы государственного и общественного регулирования рекламной и PR-деятельности; движение консьюмеризма; роль PR и рекламы в развитии общества; конвенции, законы и нормативные акты, регулирующие рекламную и PR-деятельность за рубежом; международные и российские профессиональные ассоциации в сфере рекламы и связей с общественностью; права и обязанности членов ассоциаций; Конституция РФ и ГК РФ о правах и обязанностях граждан и должностных лиц; Законодательство РФ о средствах массовой информации; Законодательство РФ о рекламе; Международное сотрудничество в области охраны интеллектуальной собственности; авторское право как один из видов интеллектуальной собственности; защита авторского права и смежных прав; товарный знак как один из видов интеллектуальной собственности; порядок государственной регистрации товарных знаков; охрана зарегистрированных товарных знаков; права и обязанности субъектов рынка PR и рекламы; ценообразование на рынке PR и рекламы; способы взаиморасчетов агентства с контрагентами; юридические документы, составляемые на рынке PR и рекламы; договор, техническое задание, календарный план, соглашение о договорной цене, акт сдачи-приемки работ; этапы составления, согласования, подписания документов; контроль выполнения договорных обязательств; форс-мажорные обстоятельства; ответственность сторон.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4),

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью (ПК-1).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- историю отечественной журналистики, факторы, определяющие ее развитие в XX век (политические, правовые, экономические, социокультурные), механизмы влияния на нее со стороны власти (важнейшие указы российских императоров, декреты Советского правительства, регламентирующие деятельность прессы до начала XXI в.), формы ограничивающие ее свободу (цензурные и иные); ориентироваться в том, как складывались различные виды и типы отечественной журналистики; понимать суть кардинальных перемен, которые произошли в российской журналистике в конце 80–90-х гг. (законодательство, экономическое положение, позитивные и негативные проявления в практике); творчество выдающихся журналистов; представлять особенности российской аудитории на различных исторических этапах существования отечественных СМИ.

Уметь:

- уметь при подготовке журналистских публикаций стремиться соответствовать лучшим образцам российской журналистики (актуальность и общественная значимость избранной темы, логичность, аргументированность, яркость и литературный язык ее освещения, умение полемизировать, проявленность авторской позиции). Демонстрировать: способность и готовность к диалогу и восприятию альтернатив, участие в дискуссиях по актуальным социально-политическим проблемам.

Владеть:

- учиться у признанных мастеров прошлого при освоении профессии журналиста и в дальнейшей редакционной деятельности, овладевать приемами и методами репортерской работы, осваивать публицистические жанры.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

1 зачетная единица (36 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (7 сем.).

Правоведение

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Правоведение» является приобретение начального фундамента правового сознания и правовой культуры молодым поколением, должным иметь целостное представление о государственно-правовых явлениях, играющих ведущую роль в регулировании жизни современного общества; владеть практическими навыками и приемами, необходимыми для участия в будущей профессиональной и социальной деятельности. Также осознание ответственности за свое поведение в обществе; формирование уважительного отношения к государственно-правовым институтам и принятие необходимости изучения и приобретения правовых знаний.

3. Краткое содержание дисциплины.

Государство и право. Их роль в жизни общества. Норма права и нормативно-правовые акты. Основные правовые системы современности. Международное право как особая система права. Источники российского права. Отрасли права. Правонарушение и юридическая ответственность. Значение законности и правопорядка в современном обществе. Правовое государство. Конституция Российской Федерации – основной закон государства. Особенности федеративного устройства РФ. Система органов государственной власти в Российской Федерации. Понятие гражданского правоотношения. Физические и юридические лица. Право собственности. Обязательства в гражданском праве и ответственность за их нарушение. Наследственное право. Брачно-

семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву. Трудовой договор (контракт). Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение. Административные правонарушения и административная ответственность. Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений. Экологическое право.

Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности.

Правовые основы защиты государственной тайны. Законодательные и нормативно-правовые акты в области защиты информации и государственной тайны.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основные категории юриспруденции;
- специфику системы российского права, предмет и метод его базовых отраслей и содержание основных институтов;
- основные нормативные правовые акты и нормативные договоры, образующие систему конституционного, административного, уголовного, гражданского, трудового, семейного, экологического, информационного, международного законодательства;

Уметь:

- толковать и применять нормы гражданского, трудового, административного, экологического и других отраслей права в сфере будущей профессиональной деятельности, в конкретных жизненных обстоятельствах;
- на основе действующего законодательства принимать юридически грамотные решения;
- самостоятельно работать с теоретическим, методологическим и нормативным материалом с целью повышению своей профессиональной квалификации;
- методологически грамотно анализировать правовые явления, происходящие в нашей стране и мире.

Владеть:

- теоретической и нормативной базой правоведения; профессиональной лексикой, терминологией отраслевого законодательства; навыками составления документов, юридической техникой, необходимых для участия в гражданском обороте.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

1 зачетная единица (36 часов).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (7 сем.).

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины - формирование у студентов комплекса знаний о важнейшем компоненте рекламного продукта – рекламном тексте, представления о функциях копирайтера в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий и организаций.

3. Краткое содержание дисциплины.

Копирайтинг и его основные понятия. Функциональные и структурные особенности рекламного текста. Композиция рекламного сообщения. Слоган как элемент рекламного текста. Модели основного рекламного текста. Функциональные и структурные особенности рекламного текста. Модели основного рекламного текста (ОРТ). Особенности языка рекламных текстов.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- элементы текстовой составляющей рекламного продукта; функциональные, структурные и языковые особенности рекламного текста и рекламного слогана; этапы создания рекламного текста.

Уметь:

- делать описание рекламного продукта; выполнять лингвистический анализ рекламного текста и рекламного слогана; выбирать эффективные языковые средства при создании рекламного текста.

Владеть:

- навыками работы с рекламными текстами на родном языке; основными принципами и методами создания рекламного текста для различных видов рекламы; функциями копирайтера в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий и организаций.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (8 сем.).

Синтаксический практикум

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: научить студентов не только анализировать уже созданные рекламные тексты с позиции синтаксиса, но и изучить систему разработки рекламных фраз; подготовить студентов к рекламному творчеству и, в конечном результате, к успешной профессиональной деятельности.

3. Краткое содержание дисциплины.

Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста, основные синтаксические приемы создания рекламного текста, Основные этапы создания рекламного текста.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основные понятия и термины орфографии, ее внутреннюю стратификацию, понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества.

Уметь:

- применять на практике базовые навыки правописания, сбора и анализа фактов языка в аспекте орфографии

Владеть:

- основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, навыками работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (2 сем.).

Реклама и связи с общественностью в политике

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является изучение и рассмотрение вопросов, связанных с PR – технологиями. Рассматривается процесс формирования информационных потоков в обществе и управлении, возможные коммуникации в организациях. Раскрываются PR – технологии в политике и бизнесе. Рассматриваются возможности и проблемы взаимодействия PR – технологий и средств массовой информации, основные закономерности, механизмы и стратегии, существующие в коммуникативном пространстве организации и общества. Изучаются процессы формирования общественного мнения как структурного элемента PR.

3. Краткое содержание дисциплины.

Введение в дисциплину «Политические технологии и политический PR». Коммуникативное пространство как сфера PR – деятельности. Технологии управления событиями. Формы подачи новостных материалов и организация PR – коммуникаций. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации. PR – технологии и средства массовой информации. Методы воздействия на потребителя информации. Эффективность PR и коммуникативных мероприятий: проблема измерения и оценки. Управление имиджем. Управление PR – деятельностью. Маркетинговый подход в PR. Стратегическое планирование PR-кампании. Политическая реклама в избирательных кампаниях. Манипулятивные технологии в политической и социальной сферах. Оценка политической рекламной кампании. Технологии политического лидерства. Технологии создания и деятельности политических партий. Информационная борьба. Профессиональная этика специалиста по связям с общественностью. Информационные технологии в современном российском обществе.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- структуру, функции, задачи и направления деятельности отделов по связям с общественностью государственных, промышленных, финансовых организаций;

Уметь:

- составлять положение о работе PR-службы или PR-отдела в государственных и общественных организациях; работать с законами и другими правовыми актами, а также

с уставами и программами политических партий; проводить сравнительные исследования деятельности информационно-организационных структур, организующих и регулирующих общественные связи между субъектом и объектом государственного управления.

Владеть:

- методами анализа общественных процессов; навыками публичной и научной речи; принципами этического поведения; основными нормативными положениями.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (4 сем.).

Стратегическое планирование в маркетинге

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Цели дисциплины: Основное внимание представляет: глубокий анализ рынка, изучение покупательского поведения, оценки конкурентов и прогнозные расчеты, методы пространственного моделирования (стратегических матриц, или решеток). Стратегический маркетинг направлен на достижение прочного конкурентного преимущества фирмы, что достигается, как правило, методами бенч-маркинга и совершенствования сервиса.

3. Краткое содержание дисциплины.

Маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга. Стратегический и операционный маркетинг. Разработка маркетинговой стратегии компании. Базовые маркетинговые стратегии. Стратегические матрицы.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- сущность и методы стратегического маркетинга;

Уметь:

- ориентироваться на рынке и в сфере управления рыночными процессами; осуществить анализ рыночных параметров; разрабатывать стратегии маркетинга;

Владеть:

- системой маркетинговых планов; стратегических целей и маркетинговых стратегий компании.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

4 зачетные единицы (144 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – экзамен (4 сем.).

История рекламы

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является усвоение студентами знаний об историческом прошлом в развитии рекламы и приобретение практических навыков рекламной деятельности на основе представлений об основных закономерностях ее развития в конкретно-исторических условиях и путях взаимодействия с другими областями общественной жизни.

3. Краткое содержание дисциплины.

Учебный курс «История рекламы» как базовая дисциплина, ее цели и задачи. Сущность основных понятий, отражающих историко-социальную эволюцию рекламы. Место проторекламы в системе экономических, политических, общественных и межличностных отношений в древности. Факторы, способствовавшие многообразию проторекламы. Первые потребители проторекламы. Вербальные и невербальные формы проторекламы. Реклама в период Раннего Средневековья, ее характер в условиях господства натуральных форм феодального хозяйства. Место и роль ярмарок в сохранении и развитии вербальных форм коммуникации и персональных продаж. Зарождение протогазет как отражение оживления в общественной и политической жизни в Западной Европе в эпоху Позднего Средневековья. Изобретение Иоганна Гуттенберга, ознаменовавшее революционный прорыв в области технологий и связанный с этим количественный и качественный рост рекламы. Бурное развитие рынка печатных изданий как отражение свободного предпринимательства и усложнения форм коммуникации. Возникновение новых форм и видов рекламы и иных рекламных технологий. Сущность публицити, коммивояжа, выставок, прямой почтовой рекламы, фирменного стиля и их предназначение. Первые рекламные кампании и их аудитория. Зарождение товарных знаков. Зарождение государственного регулирования рекламной деятельности. Общественно-исторические условия в Дореволюционной России и становление рекламы. Характер первых рекламных сообщений, их форма и потребители. Своеобразие отечественной рекламы в начальный период становления. Изменения социально-

экономического развития России в условиях капитализма и их влияние на качественный и количественный рост рекламы и иных рекламных технологий. Общественно-политическая ситуация в России в первое десятилетие Советской власти и положение рекламы. Политика либерализации экономики в условиях нэпа и оживление рекламного рынка. Место и роль рекламы в условиях Трансформация российского общества и всех сфер его жизнедеятельности. Условия формирования рекламы в период перехода к рыночной экономике. Реклама в прессе на телевидении, радио: дифференциация рекламы в условиях растущей конкуренции и развития рынка рекламных услуг. Основные тенденции развития рекламного рынка в начале XXI в. Региональные особенности формирования рынка рекламных услуг и их состояние в Республике Бурятия. Оценка качественного и количественного роста рекламы и рекламных технологий в Бурятии. Особенности современной рекламы как одной из важных сфер общественной жизни и ее функциональные возможности. Типологическое многообразие рекламы и рекламных технологий как отражение растущей потребности общества в рекламе.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основные закономерности становления понятий, форм и видов рекламы в конкретно-исторические периоды общественного развития.

Уметь:

- применять на практике различные методики создания рекламы с учетом актуальности и историко-социальной значимости различных видов и форм рекламы и иных рекламных технологий.

Владеть:

- навыками анализа, сравнения основных классических образцов коммерческой коммуникации и рекламы, определения и объяснения современных тенденций в развитии рекламных коммуникаций.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

Речевое воздействие в рекламе

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 как дисциплина по выбору.

2. Цель освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины - привить студентам знания, умения и навыки в сфере речевого рекламного воздействия для создания рекламного текста.

3. Краткое содержание дисциплины.

Речевое воздействие как вид коммуникации. Методы речевого воздействия. Основные направления языкового манипулирования в рекламе.

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- основные методы речевого воздействия; механизмы речевого воздействия; виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности.

Уметь:

- работать с контактной аудиторией и строить рекламные сообщения в соответствии с задачами рекламной кампании.

Владеть:

- азами прагмалингвистики и психологии влияния, а также базовыми методами и техниками речевого воздействия и языкового манипулирования в рекламе.

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

ФТД

Иностранный язык в рекламном бизнесе

1. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина является факультативной дисциплиной.

2. Цель освоения дисциплины

Целью освоения курса является совершенствование умений всех форм профессионально-ориентированной иноязычной речи, а также развитие коммуникативной и межкультурной компетенции будущих специалистов по рекламе.

3. Краткое содержание дисциплины.

В рамках данного курса продолжается дальнейшее совершенствование коммуникативных и языковых навыков и умений во всех видах речевой деятельности с расширением тезауруса на основе учебно-методических комплектов для изучения профессионально-ориентированного английского языка, а также с помощью специальной литературы, связанной с рекламным бизнесом.

1. Making Contacts Across Cultures (getting connected, introductions, names and titles, using the telephone in business, contracts across cultures)

2. Business Correspondence (letters, faxes, memos). Summaries, Notes, Reports

3. Working together (do we understand each other, socializing with colleagues, gift giving, negotiating qualities, styles of persuasion, women and the workplace)

4. International Trade (ordering and supplying goods or services, answering and making enquiries, making offers)

5. Money matters (methods of payment, cash flow, invoicing, dealing with non-payment problems)

6. Sales and Negotiation (selling and buying products, negotiating face-to-face and on the phone, negotiations across cultures)

7. Marketing (marketing a product, market research, promotion and advertising, global marketing, global and national brands)

8. Jobs and careers (applying for jobs and seeking promotion, participating in interviews)

9. Overview of advertising management (the magnitude of advertising, adv. Functions, adv. Strategy, the adv. Management process, setting adv. Objectives, budgeting for advertising)

10. Creative advertising strategy

11. Message appeals and end users in advertising

12. Analysis of advertising media

13. Media strategy

14. Direct advertising and database marketing

15. Assessing advertising effectiveness

4. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

5. Планируемые результаты обучения.

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:

- Базовые понятия фонетики: звуки, интонационные структуры, компоненты просодии. Алфавит, правила чтения. Базовые правила грамматики: артикль, имена существительные, прилагательные, местоимения, предлоги, числительное, категории вида, лица, числа, рода, времени, залога.

Уметь:

- вести беседу, делать сообщения на иностранном языке в пределах предусмотренного программой фонетического, лексического, грамматического материала.

Владеть:

- монологической и диалогической речью в соответствии с ситуациями общения, предусмотренными программой; аудирование с пониманием основного содержания текста, чтение с пониманием основного содержания, владение элементарной письменной речью

6. Общая трудоемкость дисциплины.

2 зачетные единицы (72 часа).

7. Форма контроля.

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.).