

**Аннотация рабочих программ дисциплин  
направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
очная форма обучения, 2013 г.н.**

**БАЗОВАЯ ЧАСТЬ  
Русский язык и культура речи**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

**2. Цель освоения дисциплины**

Формирование и развитие языковой личности на основе знаний русского языка как единства взаимосвязанных сторон системы и функционирования его законов в коммуникативном воздействии и овладение нормами литературного языка, знаниями риторики – этики и эстетики речевого поведения и общения.

**3. Краткое содержание дисциплины.**

Стили современного русского литературного языка. Языковая норма, ее роль в становлении и функционировании литературного языка. Речевое взаимодействие. Основные единицы общения. Устная и письменная разновидности литературного языка. Нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи.

Функциональные стили современного русского языка. Взаимодействие функциональных стилей. Научный стиль. Специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности.

Официально-деловой стиль, сфера его функционирования, жанровое разнообразие. Языковые формулы официальных документов. Приемы унификации языка служебных документов. Интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи. Язык и стиль распорядительных документов. Язык и стиль коммерческой корреспонденции. Язык и стиль инструктивно-методических документов. Реклама в деловой речи. Правила оформления документов. Речевой этикет в документе.

Жанровая дифференциация и отбор языковых средств в публицистическом стиле. Особенности устной публичной речи. Оратор и его аудитория. Основные виды аргументов. Подготовка речи: выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развертывание и завершение речи. Основные приемы поиска материала и виды вспомогательных материалов. Словесное оформление публичного выступления. Понятливость, информативность и выразительность публичной речи.

Разговорная речь в системе функциональных разновидностей русского литературного языка. Условия функционирования разговорной речи, роль внеязыковых факторов. Культура речи. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения.

**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:

- основы речи, ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога,
- законы композиции и стиля, приемы убеждения.

### Уметь:

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;
- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;

### Владеть:

- культурой мышления;
- способностью к общению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;
- базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования и копирайтинга;
- базовыми навыками общения,

## **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

5 зачетные единицы (180 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (1 сем.).

## **Иностранный язык**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1.

### **2. Цель освоения дисциплины**

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.**

##### **Знать:**

- особенности произносительной стороны речи: буквы и звуки их передающие, интонацию вопросительного и отрицательного предложения, перечисления;

- активный лексический минимум для применения в продуктивных видах речевой деятельности (говорении и письме) и дополнительный пассивный лексический минимум для рецептивных видов речевой деятельности (аудирование и письмо) в рамках изученной тематики и при реализации СРС;

- базовые грамматические конструкции, обеспечивающие общение в рамках изученных тем, грамматические структуры пассивного грамматического минимума, необходимые для понимания прочитанных текстов, перевода и построения высказываний по прочитанному.

##### **Уметь:**

- реализовать монологическую речь в речевых ситуациях тем, предусмотренных программой;

- вести односторонний диалог-расспрос, двусторонний диалог-расспрос, с выражением своего мнения, сожаления, удивления;

- понимать на слух учебные тексты, высказывания говорящих в рамках изученных тем

повседневного и профессионально-ориентированного общения с общим и полным охватом содержания;

- читать тексты, сообщения, эссе с общим и полным пониманием содержания прочитанного;

- оформлять письменные высказывания в виде сообщений, писем, презентаций, эссе.

#### **Владеть:**

- изучаемым языком для реализации иноязычного общения с учетом освоенного уровня;

- знаниями о культуре страны изучаемого языка в сравнении с культурой и традициями родного края, страны;

- навыками самостоятельной работы по освоению иностранного языка;

- навыками работы со словарем, иноязычными сайтами, ТСО.

### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

8 зачетные единицы (288 часа).

### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (1, 2 сем.), экзамен (3 сем.).

## **История**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

### **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.).

## **Культурология**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

### **2. Цель освоения дисциплины**

Способствовать формированию у студентов культурологических знаний, которые позволяют понять сущность культуры, основные механизмы и закономерности ее функционирования.

### **3. Краткое содержание дисциплины.**

Культурология как наука. Многообразие подходов к определению термина «культура». Методы культурологии. Морфология культуры. Традиции, ценности, нормы. Адаптивные функции культуры. Многообразие культур: этнокультуры, национальные культуры, субкультуры. Теории культурной эволюции и макрокультурной динамики. Культура и психология личности: основные концепции, актуальные направления. Принципы типологизации культуры: эволюционный и цивилизационный подходы, культурный релятивизм. Древнейшие формы культуры и мифологическое сознание. Особенности развития западноевропейской и американской культуры. Цивилизации Востока. Специфика русской культуры, место России в мировом культурном процессе. Религия и культура: культурное наследие мировых религий, религиозные культы в

системе культуры. Культурная модернизация и глобализация, тенденции развития мирового культурного процесса. Современные парадигмы культурологического знания.

#### **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.**

4 зачетные единицы (144 часа).

#### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (2 сем.).

### **Психология**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

#### **2. Цель освоения дисциплины**

Усвоении психологических знаний, способствующих более глубокому пониманию мира, эффективному осуществлению профессиональной деятельности, успешному взаимодействию с другими людьми и т.п.

### **3. Краткое содержание дисциплины.**

Психология: предмет, объект и методы психологии. Место психологии в системе наук. История развития психологического знания и основные направления в психологии. Индивид, личность, субъект и индивидуальность. Психика и организм. Психика, поведение, и деятельность. Основные функции психики. Развитие психики в процессе онтогенеза и филогенеза. Мозг и психика. Структура психики. Соотношение сознания и бессознательного. Основные психические процессы. Структура сознания. Познавательные процессы. Ощущение. Восприятие. Представление. Воображение. Мышление и интеллект. Творчество. Внимание. Мнемические процессы. Эмоции и чувства. Психическая регуляция поведения и деятельности. Общение и речь. Психология личности. Межличностные отношения. Психология малых групп. Межгрупповые отношения и взаимодействия.

### **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:

- историю и основные теории менеджмента, основные управленческие функции (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) методы их реализации;

- основы бизнес-процессов;

#### Уметь:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;

- использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;

#### Владеть:

- одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного;

### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

4 зачетные единицы (144 часа).

### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.).

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

## **2. Цель освоения дисциплины**

Изучение предмета, содержания, основных теорий и концепций развития социологии, ее специфики, принципа соотношения методологии и методов социологического познания, развить умение оценивать и анализировать происходящие общественные явления и процессы. Выработка у студентов целостного представления об обществе; изучение явлений, факторов и проблем, наблюдаемых в обществе, институтах, социальных группах для объяснения и понимания социальных процессов, выработка умения использовать в профессиональной и повседневной жизни социологические знания.

## **3. Краткое содержание дисциплины.**

Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Социологический проект О.Конта. Социология Г.Спенсера. Классические социологические теории. Современныесоциологические теории. Западно-европейская социология XIX- начала XX вв. (эволюционно-органическое, структурно-функциональное, психологическое направления, теории социального конфликта, социального действия). Основные парадигмы современной западной социологии. История развития социологической мысли в России. Понятие и структура социального действия. М.Вебер и типы социального действия. Поведение людей в процессе взаимодействия. П.Сорокин. Массовое сознание и массовые действия.Теории толп. Тард Г. Лебон Г. Социальные движения (Г.Блумер, Смелзер). Понятие общества в истории социологической мысли. Фундаментальные объяснения возникновения и развития общества. Признаки общества. Э.Шилз. Типология обществ. О.Конт и Э.Дюркгейм, К.Маркс, Р.Арон и Д.Белл ,У.Ростоу, О.Тоффлер, В.Л.Иноземцев. Понятие система в социальной науке. Общество как социетальная система. Теории Т.Парсонса, Р.Мертон, Н.Лумана. Определение социального института. Институционализация.Типология институтов. Биологическое и социальное неравенство.. Теория стратификации П.Сорокина. Т.Прасонс., К.Маркс, .Вебер,Исторические типы стратификации. Рабство и рабовладельческое общество. Касты и кастовое общество. Сословия и сословное общество. Классообразующие признаки и общественный класс. Классовая система общества.Понятие социального статуса. Виды статусов. Типология мобильности. Понятие прогресса, эволюции и социальных изменений. Понятие модернизации общества. Формационный и цивилизационный подходы в концепции модернизации. Модернизация российского общества. Понятие культуры в социологии. Базисные элементы культуры. Традиции и ценности. Типы культур. Процессы глобализации. Мировое сообщество. Формирование мировой системы. Понятие и критерии классификации социальных движений. Место России в мировом сообществе. Теоретические и эмпирические исследования в социологии. Социологический инструментарий. Неопросные методы социологического исследования: наблюдение, эксперимент, анализ документов. Программа социологического исследования. Опросные методы социологического исследования. Виды опросов: анкетирование, интервьюирование, фокус-группа, тестирование. Понятие выборки

## **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:

- методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования.

#### Уметь:

- использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности,

- осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия;

#### Владеть:

- методикой и техникой проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка,

- навыками организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации;

### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

4 зачетные единицы (144 часа).

### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.).

## **Философия**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

### **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 вненаучное 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:

- 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.**

4 зачетные единицы (144 часа).

#### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (4 сем.).

### **Экономика**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

## **2. Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов основ современного экономического мышления, целостного представления об основных закономерностях экономической жизни общества.

## **3. Краткое содержание дисциплины.**

Генезис экономической теории. Меркантилизм. Школа физиократов. Рыночная школа классиков. Марксистская экономическая школа. Экономикс. Неоклассическое и кейнсианское направления. Предмет экономической теории. Общественное производство. Экономические отношения. Потребности. Экономические потребности. Безграничность потребностей. Экономические блага. Ресурсы. Экономические ресурсы. Ограниченность ресурсов. Виды ресурсов: земля, капитал, труд, предпринимательская способность. Методология экономической теории и ее особенности. Экономические принципы – экономическая политика, разрешающая экономические проблемы. Методы экономического исследования: наблюдение и сбор фактов, обобщения, эксперимент, моделирование, абстракция, анализ и синтез, системный подход, индукция и дедукция, гипотеза, исторический и логический, графический.

Нормативная и позитивная экономическая теория. Микро- и макроэкономика. Основные экономические проблемы, стоящие перед обществом. Типы экономических систем: рыночная, командная, смешанная, традиционная. Переходная экономика. Типы экономических систем по другим признакам классификации экономических систем. Спрос. Величина спроса. Закон спроса и три уровня его аргументации. Кривая спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Детерминанты (факторы) спроса. Изменения спроса и изменения величины (объема спроса). Предложение. Величина предложения. Закон предложения. Кривая предложения. Детерминанты (факторы) предложения. Изменения предложения и изменения величины (объема) предложения. Взаимодействие спроса и предложения: равновесная цена и равновесное количество товаров. Уравновешивающая функция цен. Статичность равновесия. Изменения предложения и спроса. Введение государством фиксированного минимального уровня цен и потолка цен. Эластичность спроса и предложения. Ценовая эластичность спроса. Коэффициент эластичности, его формула. Виды ценовой эластичности спроса: абсолютная эластичность, эластичный спрос, неэластичный спрос, абсолютно неэластичный спрос. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса. Эластичность предложения. Предпринимательство как вид хозяйственной деятельности. Особенности российского предпринимательства. Теневая экономика. Предприятие (фирма), организационные формы. Издержки: сущность и причины. Экономические издержки. Роль издержек в экономике. Классификация издержек по разным критериям: частные и общественные, безвозвратные, издержки производства и реализации, издержки производства и затраты упущенных возможностей (вмененные издержки), внешние (явные) и внутренние (неявные) издержки. Нормальная прибыль. Выручка от реализации продукции. Экономическая и бухгалтерская прибыль. Условия получения экономической прибыли или сверхприбыли. Издержки производства в краткосрочный период. Постоянные и переменные факторы производства. Постоянные, переменные и общие издержки. Графики этих издержек. Конкуренция – основная черта рынка. Виды конкуренции: совершенная и несовершенная. Рыночная власть продавца. Степень рыночной власти – чистая монополия, олигополия, монополистическая конкуренция.

Понятие национальной экономики. Цели национальной экономики. Макроэкономическая политика. Структура национальной экономики: воспроизводственная, социальная, отраслевая, территориальная. Инфраструктура. Структурные сдвиги в экономике России на этапе перехода к рынку. Кругооборот доходов и продуктов. Понятие «экономический рост». Показатели и значение экономического роста. Типы экономического роста. Основные факторы экономического роста. Концепции

экономического роста. Занятость и безработица. Виды безработицы. Уровень безработицы. Функции денег: мера стоимости, средство обращения, средство сбережения. Виды денег. Закон денежного обращения. Предложение денег. Денежные агрегаты. Спрос на деньги. Денежный рынок. Равновесие на денежном рынке.

#### **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 (3 сем.).

### **Математика и статистика**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

#### **2. Цель освоения дисциплины**

Ознакомление с фундаментальными методами исследования переменных величин посредством анализа бесконечно малых, основу которого составляет теория дифференциального и интегрального исчисления, количественное описание объекта исследования, основывающегося на понятии вероятности.

#### **3. Краткое содержание дисциплины.**

Введение в математический анализ. Элементы теории множеств. Сложные и обратные функции, их графики. Числовые последовательности и их роль в вычислительных процессах. Предел числовой последовательности. Предел функции в точке.

Непрерывность функции в точке. Дифференциальное исчисление функции одной переменной. Дифференциал функции. Производная функции, ее смысл в различных задачах. Правила нахождения производной. Производная сложной функции и обратной функции. Интегральное исчисление. Первообразная. Неопределенный интеграл и его свойства. Методы вычисления неопределенного интеграла. Определенный интеграл и его свойства. Формула Ньютона – Лейбница. Элементы теории вероятностей. Основные понятия и определения теории вероятностей. Основные теоремы теории вероятностей. Дискретные и непрерывные случайные величины. Законы распределения. Элементы математической статистики. Генеральная и выборочная совокупности. Повторная и бесповторная выборки. Репрезентативная выборка. Способы отбора. Статистическое распределение выборки. Эмпирическая функция распределения. Полигон и гистограмма. Статистические оценки параметров распределения.

#### **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:

- основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности;
- методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;

##### Уметь:

- использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;

##### Владеть:

- культурой мышления; способностью к общению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

#### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

5 зачетных единиц (180 часа).

#### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (1 сем.).

### **Компьютерные технологии и информатика**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

#### **2. Цель освоения дисциплины**

Освоение системы базовых знаний, отражающих вклад информатики в формирование современной научной картины мира, роль информационных процессов в обществе, биологических и технических системах; овладение умениями применять, анализировать, преобразовывать информационные модели реальных объектов и процессов, используя при этом информационные и коммуникационные технологии (ИКТ); изучение студентами основных аспектов информационных технологий в рекламе, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации и применения соответствующих алгоритмов с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности.

### **3. Краткое содержание дисциплины.**

Данные. Операции с данными. Кодирование данных

### **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.

#### Владеть:

- 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.**

6 зачетных единиц (216 часа).

### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (1 сем.).

## **Основы 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**

Заключаются в формировании у обучающихся системы представлений и основ теоретико-методологических знаний об особенностях рекламы и PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Сформировать понятийно-категориальный аппарат по изучаемой дисциплине; сформировать знания о сущностных и технологических особенностях рекламы и публичных рилейнз, 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 готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-1).

## **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, 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.**

7 зачетные единицы (252 часа).

## **7. Форма контроля.**

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

## **Социология массовых коммуникаций**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

### **2. Цель освоения дисциплины**

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 разноуровневого взаимодействия СМК с социальной структурой. Функции СМК 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.Маклюен как теоретик медиаккультуры. 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 МК для повышения эффекта коммуникации: апелляция к обыденному опыту, оппозиция «уникальность – традиционность», принцип дискуссионности, обращение к конкретным авторитетам, воссоздание механизма обратной связи. Три этапа действия МК: подкрепление позиций, малая конверсия позиции аудитории; сущностная конверсия позиции аудитории. Факторы эффективности воздействия информации. Этапы воздействия МК на примере рекламы – формула АИДА (*attention, interest, desire, action* – «внимание – интерес – желание, действие»). Формула АКАРА (*ACARA*), аббревиатура следующих понятий: *attention, comprehension, acceptance, retention, action* — внимание, понимание, одобрение, освоение (сохранение, удержание в памяти), действие. Условия воздействия МК, выделенные Ю.Левадой. 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 МК. 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 готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-3).

#### **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:

- 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:

- навыками по оценке эффективности PR- посланий, имиджа, рекламных сообщений;
- компьютерными методами сбора, обработки и хранения информации, в т.ч. уметь использовать специализированные математические программы по обработке социологической информации;
- 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 зачетные единицы (252 часа).

#### **7. Форма контроля.**

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

## **Психология массовых коммуникаций**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

### **2. Цель освоения дисциплины**

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:**

- 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.**

6 зачетные единицы (216 часа).

### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (4 сем.).

## **Теория и практика массовой информации**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

### **2. Цель освоения дисциплины**

Дисциплины является умение создавать журналистские тексты различных жанров.

### **3. Краткое содержание дисциплины.**

История массовой информации. Социальная роль массовой информации. Экономика массовой информации. Виды массовой информации. Жанры.

### **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-4);
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-7).

### **5. Планируемые результаты обучения.**

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

**Знать:**

- место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации;
- основные положения теории и практики массовой информации

**Уметь:**

- 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:**

- знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах..

**6. Общая трудоемкость дисциплины.**

9 зачетные единицы (324 часа).

**7. Форма контроля.**

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

**Основы теории коммуникации**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

**2. Цель освоения дисциплины**

Ознакомление с историей коммуникации и развития различных теорий коммуникации, формирование у студента понимания особенностей речевой и невербальной коммуникации, ее разновидностей (бытовая, производственная, политическая, сфера связей с общественностью), каналов и разновидностей коммуникации (устная, печатная, аудиовизуальная, виртуальная и т.п.), аудиторий и принципов коммуникации.

**3. Краткое содержание дисциплины.**

Информационная модель, универсальная модель, симметричная интерактивная модель. Функции коммуникации в обществе. Язык и речь. Специфика социальной коммуникации. Эволюция социальной коммуникации. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Динамика общества и развитие средств коммуникации. Невербальная коммуникация: сущность, структура, функции. Проксемика как составной элемент невербальной коммуникации. Кинесика – «словарь» языка тела. Различия в невербальном поведении представителей различных стран. Психологический аспект восприятия, теория понимания и интерпретации. Структура процесса восприятия. Слушание как профессиональный навык журналиста. Основные процессно-информационные модели коммуникации: подходы Г. Лассвелла, К. Шэннона-У. Вивера.

Семиотика, структурная лингвистика. Классические теории происхождения языка. Концепция Ф.Энгельса о происхождении человека и роли языка и коммуникации в этом процессе. Теория речевых актов, символический интеракционизм. Герменевтика. Диадическая коммуникация, основные характеристики диалога. Правила взаимодействия в группах. Информационно-коммуникативное общество – общая характеристика. Коммуникация и общество: основные теоретические подходы. Понятие и характеристики информационного общества. Массовая коммуникация и журналистика.

#### **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:

- 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;
- навыками гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.

#### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

3 зачетные единицы (108 часа).

#### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (1 сем.).

### **Основы менеджмента**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1.

#### **2. Цель 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 и организации (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.**

5 зачетные единицы (180 часа).

### **7. Форма контроля.**

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

## **Организация работы отделов 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**

Ознакомление студентов с современными принципами организации работы отдела рекламы и PR в бизнес-структуре, в некоммерческой общественной организации, госструктуре. 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. Изучить эффективные технологии управления персоналом отдела рекламы и PR, 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.**

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

Знать:



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

Уметь:

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

Владеть:

- общими представлениями о профессии специалиста Отдела по рекламе и связям с общественностью и направлениях их деятельности.

**6. Общая трудоемкость дисциплины.**

7 зачетные единицы (252 часа).

**7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (6,7 сем.), экзамен (8 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**

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.**

9 зачетные единицы (324 часа).

### **7. Форма контроля.**

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

## **Безопасность жизнедеятельности**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

### **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)

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

##### **Знать:**

- теоретические основы безопасности жизнедеятельности;
- катастрофы и чрезвычайные ситуации природного, техногенного и биолого-социального характера и защиту населения от их последствий;
- о гражданской обороне и её задачах, об организации защиты населения в мирное и военное время;
- о технике безопасности жизнедеятельности на производстве;
- о первой медицинской помощи в ЧС различного характера.

##### **Уметь:**

- адекватно вести себя в чрезвычайных ситуациях;
- пользоваться средствами тушения пожаров и подручными средствами;
- владеть средствами индивидуальной защиты;
- оказывать доврачебную помощь.

##### **Владеть:**

- приемы первой помощи
- методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.

#### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

### **Репутационный менеджмента**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

#### **2. Цель 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.**

4 зачетные единицы (144 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (6 сем.).

### **Современная имиджелогия**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

#### **2. Цель освоения дисциплины**

Цель дисциплины «Современная имиджелогия» – сформировать представление о сущности имиджа компании, торговой марки или личности, а также ознакомить студентов с современными технологиями по созданию имиджа и дать навыки использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в корпоративном репутационном менеджменте.

#### **3. Краткое содержание дисциплины.**

#### **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. (ПК-1)

#### **5. Планируемые результаты обучения.**

##### **Знать:**

- историю и причины появления понятия имидж;
- основные понятия, категории и инструменты современных средств массовых коммуникаций;
- роль имиджа в формировании деловой репутации;
- основные задачи и функции управления имиджем;

##### **Уметь:**

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

##### **Владеть:**

- навыками анализа основных критериев имиджа
- методами планирования и управления имиджем компании;
- технологиями формирования репутации организации;
- антикризисными технологиями;
- приемами создания и поддержания бренда.

#### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (8 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 базовую часть блока Б.1

#### **2. Цель 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.**

3 зачетные единицы (108 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

## **Технологии 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**

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 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.**

2 зачетные единицы (72 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (6 сем.).

## **Копирайтинг**

### **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: 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.**

3 зачетные единицы (108 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (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**

Освоение современных теоретических подходов и практических компетенций рекламного творчества с учетом особенностей генезиса современной рекламы и паблик 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.**

4 зачетные единицы (144 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**

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.**

6 зачетных единиц (216 часа).

**7. Форма контроля.**

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

## **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.**

5 зачетные единицы (180 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (7 сем.).

## **Выпуск аудиовизуальной рекламной продукции**

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

Дисциплина включена в базовую часть блока Б.1

### **2. Цель освоения дисциплины**

Повышение эффективности использования веб-технологий в профессиональной деятельности рекламиста, повышение 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 Macromedia DreamWeaver, HomeSite и Microsoft FrontPage. Основные возможности программы DreamWeaver. Задание цветового оформления. Выбор цветовой схемы. Язык разметки HTML, структура HTML-документа, теги и элементы HTML, заголовков 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.**

3 зачетные единицы (108 часа).

### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.).

## **Рекламное дизайн проектирование печатной продукции**

### **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:** дать студентам представление об областях применения компьютерной графики как нового направления деятельности человека, о средствах и методах компьютерной графики в процессе создания печатной рекламы, а также об основных принципах и методах проектирования в дизайне и современными тенденциями его развития.

### **3. Краткое содержание дисциплины.**

История дизайна (4 часа). Предпосылки и версии возникновения дизайна. Этапы развития дизайна. Организация дизайна за рубежом. Виды дизайнерской деятельности и тенденции современного дизайна.

Функции рекламы. Виды рекламы. Печатная реклама. Выставки, презентации, телевизионная и радио реклама. Public Relations. Реклама в Интернет.

### **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:

- области применения графики
- методы и средства компьютерной графики

Уметь:

- работать в графических программах

Владеть:

- навыками работы в графических программах

**6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

**7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (5 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**

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.**

3 зачетные единицы (108 часа).

**7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (7 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**

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:**

- 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:

- 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 вариативную часть блока Б.1

#### **2. Цель освоения дисциплины**

Формирование 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: *бэиэ*. Слова-предложения: *тиимэ, бэиэ*. 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 –*хэн*. 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.).

### **Национальная культура в условиях глобализации**

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1.

## **2. Цель освоения дисциплины**

Изучение основных теоретических и прикладных проблем национальной культуры в условиях глобализации в современном мире и в Бурятии.

## **3. Краткое содержание дисциплины.**

Понятие культуры. Связь культуры и этноса; Понятие "глобализация"; Этническая идентичность и этническая мобилизация в условиях глобализации; Этничность и культура в условиях глобализации; Политика защиты этнической культуры: перспективы в развитии; Особенности национальной культуры Бурятии в современных условиях; Глобализационные изменения в традиционной культуре и самоидентификации бурят; Национальная культура как форма и условие сохранения идентичности бурятского народа; Глобализация и развитие культурных процессов в современном мире.

## **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 этапы развития человеческой цивилизации, ориентироваться в типах различных культур и религий, в процессе формирования культурного наследия, культурных традиций, ценностей и норм. Понимать место и роль национальной культуры в мировом контексте, специфику журналистики как части культуры общества, творчества как культурного феномена.

### Уметь:

- адаптироваться к разным социокультурным реальностям, проявлять толерантность к национальным, культурным и религиозным различиям. Уметь использовать полученные знания для развития своего общекультурного потенциала в контексте задач 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 (3 сем.).

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1

## **2. Цель освоения дисциплины**

Знакомство с русской 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 особая форма постижения мира. Концепции искусства в истории эстетики. Состав произведения искусства. Литература и искусство Киевской Руси. Литература и искусство периода феодальной раздробленности. Областные тенденции в литературе и искусстве. Литература и искусство Московского периода. Литература и искусство XVIII века. Литература и искусство эпохи романтизма (I пол. XIX в.) Литература и искусство II пол. XIX в. Литература и искусство XX века. Современная литература и искусство.

В программе курса также представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемой в ходе изучения дисциплины, список художественных текстов, а также ориентировочный перечень вопросов для подготовки к зачетам и экзаменам.

## **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 речи, ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля.

### Уметь:

- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;

### Владеть:

- навыками анализа информации.

## **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

5 зачетных единиц (180 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (1,2 сем.), экзамен (3сем.).

### **Россия в глобальном информационном пространстве**

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

Дисциплина включена в базовую часть цикла Б.1

#### **2. Цель освоения дисциплины**

Расширение и систематизация знаний студентов об эволюции мирового информационного рынка, о факторах и особенностях его развития, основных акторах и их взаимодействии. Особое внимание уделяется анализу воздействия новостных СМИ на общественное мнение, политику и дипломатию, изучению степени их влияния на развитие ситуации во время вооруженных конфликтов, кризисов и гуманитарных катастроф. Знакомство студентов с теорией и практикой глобальных медиа в контексте геополитических вызовов XXI века будет способствовать глубокому пониманию информационно-коммуникационных процессов и их роли в мировой политике, экономике.

#### **3. Краткое содержание дисциплины.**

Политический, экономический, социальный и технологический факторы формирования глобального информационного пространства после окончания холодной войны. Глобализация и информационное общество в оценках ведущих социологов, политологов и экономистов. Структура информационного рынка, медийные секторы и их взаимосвязь. Политическое, экономическое и правовое регулирование медиарынка. Основные акторы коммуникационных сетей. Характерные ценности информационного общества. Специфика и концепции вещания новостных телесетей. Функции глобальных телесетей и особенности их новостного цикла. Программные стратегии и способы привлечения аудитории в условиях жесткой конкуренции. Основные поставщики информации и их стратегии. Российская и мировая журналистика в новом тысячелетии: вызовы и проблемы. Новые медиа. Блогжурналистика: ее значение, тенденции и перспективы развития.

Роль глобальных медиа в разрешении конфликтов и кризисных ситуаций.. «Фактор CNN» и его роль в политических процессах. Особенности освещения вооруженных конфликтов и терактов глобальными телеканалами и сетевыми СМИ.

Потенциальные и реальные возможности влияния глобальных медиа на политику и дипломатию в кризисных ситуациях. Тактика и стратегия информационных войн.

#### **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:

- эволюцию мирового информационного рынка, о факторах и особенностях его развития, основных факторах и их взаимодействии.

Уметь:

- принимать организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;

Владеть:

- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;

**6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

**7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (8сем.).

**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.).

**Концепции современного естествознания**

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1

**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:

- навыками 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 (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**

Формирование у студентов целостного представления о литературе и искусстве конца XX – начала XXI вв., установление основных закономерностей, выявляющих единство процессов культуры; получение представления о специфике литературных направлений, школ и групп, творческой индивидуальности отечественных писателей конца XX – начала XXI вв.; знакомство с основными тенденциями искусства наших дней, акцентирование внимания студентов на определении места современной литературы и искусства в истории русской культуры; изучения современной литературной и искусствоведческой критики; формирование мировоззренческой позиции студентов в определении специфики культурного процесса на рубеже XX-XXI столетий.

## **3. Краткое содержание дисциплины.**

## **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.**

### **Знать:**

- основные положения истории современной русской литературы;
- основные стилевые тенденции, характеризующие современный литературный процесс;
- основные аспекты взаимосвязи современной русской литературы с русской классикой XIX – XX вв. в свете проблемы «традиция - новаторство»;
- наиболее ярких писателей и критиков современного литературного процесса;
- связи современной русской и зарубежной литературы;
- систему историко-литературных и теоретических понятий, необходимых для анализа художественных текстов;
- актуальные проблемы изучения курса, обязательные для изучения научные исследования по дисциплине.

### **Уметь:**

- объяснять связь творчества и биографии писателей, поэтики произведений с проблемами, поднимаемыми в произведениях;
- анализировать текст произведения современной русской литературы с учетом

требований современного литературоведения, определять его место в эволюционирующей жанровой системе;

- анализировать художественный текст как факт духовной биографии автора, делать биографический и культурно-исторический комментарий текстов;
- выявлять степень адекватности художественной трактовки авторскому замыслу;
- объяснить закономерности и специфику развития современной русской литературы, природу ее связей с мировой литературой;
- адекватно применять термины и понятия современного литературного процесса
- применять полученные знания в области истории литературы, в научно-исследовательской и других видах деятельности.

**Владеть:**

- основными методами изучения и приемами интерпретации и анализа художественных текстов современной русской литературы;
- основными приемами исследовательской и практической работы в области устной и письменной коммуникации.

**6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетных единицы (72 часа).

**7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (7 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**

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 (5 сем.).

**Правовые основы рекламной деятельности**

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1

**2. Цель освоения дисциплины**

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).

#### **5. Планируемые результаты обучения.**

В результате освоения дисциплины студент должен:

##### Знать:

- основные законодательные акты и кодексы, регулирующие рекламный рынок, владеть

##### Уметь:

- уметь составлять документы, необходимые в ежедневной работе в сфере рекламы и связей с общественностью.

##### Владеть:

- навыками практического применения основных законодательных актов и кодексов.

#### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

#### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (7 сем.).

### **Физическая культура и спорт**

#### **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 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:**

- 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:

- 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.).

### **Элективные курсы по физической культуре и спорту**

#### **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**

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 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.

## **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

10 зачетных единицы (360 часа).

## **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**

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 завершенного высказывания. Античный риторический канон – система правил трансформации мысли в слово, завершенная модель речевой деятельности, описывающая полный идеоречевой 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.

Топика – 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 (“стра-сти”). 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 иностранном 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.**

4 зачетных единиц (144 часа).

#### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

## История религии

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины и модули» как дисциплина по выбору.

### 2. Цель освоения дисциплины

Донести до студентов понимание главной проблемы историко-религиозных исследований. Изучение поисков человеком Бога. Дать учащимся возможно полные знания о предмете курса. Сформировать у студентов четкое понимание специфики архаических и древнейших религий. Раскрыть особенности исторического развития отдельных религий, научить студентов различать разные религии, видеть их воздействие на культуру, влияние на историю народов и государств. Ознакомить с основными концепциями истории религии и ее последними достижениями.

### 3. Краткое содержание дисциплины.

Архаические религиозные верования: археология и современность. Виды архаических верований: анимизм, аниматизм, магизм, фетишизм, тотемизм. Археологические данные, описывающие религиозный мир древних людей: культ плодородия, погребальный ритуал (отношение к жизни и смерти). Сопоставление данных исторической науки с результатами этнографических исследований (религии народов Южной Америки, Океании, Африки, Крайнего Севера).

Шаманизм. Фетишизм и тотемизм в Древнем Египте. Обоожествление животных. Политеистический пантеон и священные города. Теогония и космогония. Магия и сакральная речь. Храмы, жречество и культ. Религия и власть в Древнем Египте. Представления о загробной жизни: культ и священные книги. Идея воздаяния за гробом. Новые религии Древнего Египта. Верования древнего Междуречья. Религии Шумера и Аккада: сотворение мира, память о потопе, представления об аде, основные божества пантеона. Вавилон и Ассирия: преемственность и развитие. Отдельные божества: Мардук и Иштар. Эпос о Гильгамеше. Особенности культа и религиозного искусства. Культ, демонология, магия, представления о жизни после смерти. Комплекс культов Малой Азии и Ближнего Востока. Религиозные верования хеттов (Малая Азия) и народов, населявших Ближний Восток до прихода туда евреев (в первую очередь хананеев). Вера Ветхого Завета: генезис монотеизма. Учение Ветхого Завета о едином Боге, о сотворении мира и человека, о грехопадении. Возникновение избранного народа. Культ: храм и жертвоприношения. Служения судей, царей и пророков. Бога как избавитель Израиля. Нравственные и ритуальные предписания. Избранный народ и язычники. Самаритяне. Иудаизм. Христианство. Зороастризм – дуалистический вызов. Гипотезы о происхождении древнеперсидской религии. Индия: ведийская религия на пути к абсолюту. Буддизм: происхождение и региональная трансформация. Исторический контекст возникновения буддизма в Индии. Ислам. Исторический контекст возникновения. Религии Китая: конфуцианство, даосизм, религиозный синкретизм. Синтоизм. Традиционная религия Японии, космология и пантеон.

### 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:

- историю зарождения и развития религий.

Уметь:

- применять полученные знания в области теории и истории религии в научно-исследовательской и других видах деятельности;

Владеть:

- основными методами и приемами исследовательской и практической работы в области устной и письменной истории религии

### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

4 зачетных единиц (144 часа).

### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (3 сем.).

## **Правоведение**

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины и модули» 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 правопведения; профессиональной лексикой, терминологией отраслевого законодательства; навыками составления документов, юридической техникой, необходимых для участия в гражданском обороте.

#### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

#### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.).

### **Психология и психодиагностика личности**

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины и модули» как дисциплина по выбору.

## **2. Цель освоения дисциплины**

Усвоение студентами научного понимания основ проектирования, адаптации и применения психодиагностических методик.

## **3. Краткое содержание дисциплины.**

Предыстория психодиагностики. История психодиагностики как науки. Психологическое тестирование. Ф. Гальтон и измерение индивидуальных различий. Умственные тесты Дж.Кеттелла. Вклад А. Бине в измерение интеллекта. Ч. Спирмен и структура интеллекта; Развитие психодиагностики в период с 1901 г. до конца 1920-х гг.; Психодиагностика в дореволюционной России и СССР; Понятие психодиагностики. Предмет и структура психодиагностики. Психодиагностика и смежные направления психодиагностики. Психодиагностический метод и диагностические подходы; Понятие теста. Виды тестов. Компьютеризированные и компьютерные тесты. Об «объективных» тестах личности. Адаптация зарубежных тестов; Психологический диагноз. О диагностике черт личности и «измеренной индивидуальности». Психодиагностический процесс: этап сбора информации, этап переработки данных, этап принятия решений. Этика психодиагностического исследования; Определение количества заданий (спецификация теста). Разработка заданий. Оформление теста. Пилотажное исследование. Анализ заданий. Определение надежности теста. Факторный анализ. Валидность теста. Стандартизация теста; Подходы к определению интеллекта. Тесты для измерения интеллекта, их виды. Структура интеллекта (модели интеллекта разных авторов). Распределение тестовых оценок интеллекта. Влияние различных факторов на интеллект (наследственность, биологическая среда, половые различия, питание, социокультурная среда, возраст, количество детей в семье). Интеллект: предпосылки и детерминанты. Интеллект и личность; Виды опросников, формы вопросов и представления результатов. Проблема достоверности личностных опросников. Факторы, детерминирующие ответы на вопросы. Фальсификация и установка на ответ. Понимание вопросов и изменчивость ответов. Психометрический парадокс. Обобщенный анализ факторов, детерминирующих ответ. Личностный опросник и теории личности; Предыстория проектной диагностики. Проекция: от феномена к принципу исследования. Теоретическое обоснование проектного подхода к диагностике личности. Бессознательное и проективные методики. Проективные методики или «объективные тесты». О разработке проективных методик.

## **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:

- 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.**

2 зачетные единицы (72 часа).

**7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.).

**Иностранный язык в рекламном бизнесе**

**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**

Овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

**3. Краткое содержание дисциплины.**

Овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

**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:

- решать различные задачи в ходе профессиональной деятельности в общении с зарубежными коллегами и партнерами.

Владеть:

- достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенцией

## **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

5 зачетные единицы (180 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (4 сем.).

# **Разговорный китайский язык**

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины и модули» как дисциплина по выбору Б1.В.ДВ.3.

## **2. Цель освоения дисциплины**

Овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

## **3. Краткое содержание дисциплины.**

Клише для выражения приглашения. Устойчивые выражения благодарности. Устойчивые выражения уговора, запрета. Выражения намерения. Аудирование диалога; Проведение круглого стола; Клише для ведения расспроса. Устойчивые выражения сожаления и извинения; Разбор видео-ситуаций; Устойчивые выражения предпочтений и неприязни. Устойчивые выражения сомнения; Разработка туристических маршрутов «Улан-Удэ- Китай»; Работа с Интернет рекламой.

## **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 грамматические явления, характерные для общенаучной и профессиональной речи; базовые грамматические конструкции, обеспечивающие общение в рамках изученных тем, грамматические структуры пассивного грамматического минимума, необходимые для понимания прочитанных текстов, перевода и построения высказываний по прочитанному; основные принципы самообразования; сферы творческого применения иноязычных знаний;

### Уметь:

- решать различные задачи в ходе профессиональной деятельности в общении с зарубежными коллегами и партнерами.

### Владеть:

- достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенцией

## **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

5 зачетные единицы (180 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 «Дисциплины и модули» как дисциплина по выбору.

### **2. Цель освоения дисциплины**

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.**

2 зачетные единицы (72 часа).

#### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (7 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**

Формирование у студентов целостной системы представлений об антикризисных PR- и рекламных программах, 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.**

Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью. Коммуникации в организациях. PR в политике. PR в бизнесе. PR и средства массовой информации. Средства взаимодействия. Общественное мнение как структурный элемент PR. Три кита влияния в СО: когнитивный, аффективный и конативный аспекты установки. Основные этапы кругового процесса в СО: исследование проблемы и постановка целей, разработка стратегии и тактики PR-программы, реализация программы по приоритетам, оценка эффективности и внесение корректировок. Общая характеристика эффективных методов и приемов воздействия в СО. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR. Психологические средства коммуникации. Нейро-лингвистическое программирование. Вербальные коммуникации. Публичные выступления. Телефонные разговоры.

#### **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.**

#### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

#### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (7 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**

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 участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ОК-2)

#### **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 (6 сем.).

## **Немедийные коммуникации**

### **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 изучения дисциплины является формирование системы знаний об основных элементах, особенностях, сферах применения немедийных коммуникаций (BTL и др.), Event-маркетинга, прямого маркетинга, партизанского маркетинга.

### **3. Краткое содержание дисциплины.**

Понятие, сущность и роль цен в рыночной экономике. Виды цен, их классификация и система цен. Методологические аспекты ценообразования. Методы ценообразования. Политика, стратегия и тактика маркетингового ценообразования на рынке рекламы. Особенности ценообразования на рекламные продукты.

### **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).

### **5. Планируемые результаты обучения.**

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

#### Знать:

- основные элементы, особенности, сферы применения немедийных коммуникаций (BTL и др.), Event-маркетинга, прямого маркетинга, партизанского маркетинга.
- Особенности ценообразования на рекламные продукты.

#### Уметь:

- вести стратегию и тактику маркетингового ценообразования

#### Владеть:

- методами ценообразования

### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (6 сем.).

**Слоган и текст в рекламе**

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины и модули» как дисциплина по выбору.

## **2. Цель 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.).

**Речевое воздействие в рекламе**

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины и модули» как дисциплина по выбору.

## **2. Цель 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 прагматингвистики 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 (8 сем.).

## **Интернет - реклама**

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины и модули» как дисциплина по выбору.

## **2. Цель освоения дисциплины**

Изучение студентами базовых представлений о Рекламных технологиях в сети и интернет-рекламе, 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 как маркетинговом инструменте, а также рекламных ресурсах и услугах в сети. Особое место уделено вопросам создания сайта в интернет, выступающего своего рода рекламной витриной представления деятельности конкретной компании или корпоративной структуры, а также связям с радикальными изменениями российской рыночной среды и ее специфических условий (брендинг, директ-маркетинг, медиапланирование, рекламный менеджмент, паблик рилейшнз и др.). Курс включает наряду с общей информацией вводного плана об интернет, 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).

## **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.**

2 зачетные единицы (72 часа).



## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.).

### **Реклама в отраслях и сферах деятельности**

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины и модули» как дисциплина по выбору.

#### **2. Цель освоения дисциплины**

Цель освоения дисциплины: получение теоретических и практических навыков в области современной рекламы с позиции зависимости языка рекламы от объекта рекламы и типа рекламополучателя: с учетом менталитета, рекламных жанров, вопросов этики и юридической ответственности.

#### **3. Краткое содержание дисциплины.**

Принципы и методы рекламной деятельности предприятий: реклама в системе маркетинговых коммуникаций; рекламный процесс, его составляющие, их взаимодействие; исследования в рекламе; позиционирование. Социально-экономическая и политическая сущность рекламы. Критерии выбора распространения рекламы с учетом эффективности рекламы коммуникативной, психологической и экономической. Организация рекламного бизнеса: взаимоотношения между рекламными агентствами (РА) и предприятиями; Проведение рекламного маркетинга, выбор рекламиста, заключение договоров. Уникальное торговое предложение. Планирование рекламной кампании. Современные рекламные стратегии. Реклама в отраслях и сферах. Художественно-изобразительные средства рекламы в сочетании с рекламными жанрами. Реклама и вопросы этики в рекламе.

#### **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);

#### **5. Планируемые результаты обучения.**

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

##### Знать:

- Принципы и методы рекламной деятельности предприятий: реклама в системе маркетинговых коммуникаций; рекламный процесс, его составляющие, их взаимодействие; исследования в рекламе; позиционирование

##### Уметь:

- выбирать распространение рекламы с учетом эффективности рекламы коммуникативной, психологической и экономической.

##### Владеть:

- методами планирования рекламной кампании

## **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (5 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 «Дисциплины и модули» 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:**

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

## **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.**

2 зачетные единицы (72 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (5 сем.).

## **Стратегическое планирование в маркетинге**

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

Дисциплина включена в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины и модули» как дисциплина по выбору.

### **2. Цель освоения дисциплины**

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; осуществлять анализ рыночных параметров;  
- разрабатывать стратегии маркетинга.

##### Владеть:

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

#### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

#### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – экзамен (5 сем.).

### **Средства выразительности в рекламном тексте**

#### **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 системы знаний о выразительных средствах, используемых в современной рекламе.

#### **3. Краткое содержание дисциплины.**

Содержание дисциплины: понятие выразительных средств. Фонетические средства выразительности в рекламном тексте. Лексические средства выразительности в рекламном тексте. Грамматические средства выразительности в рекламном тексте. Стилистические характеристики рекламного текста. Тропы и фигуры в рекламном тексте.

#### **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:

- понятие выразительных средств
- различные средства выразительности

Уметь:

- использовать средства выразительности в рекламных текстах

Владеть:

- навыками использования средств выразительности в рекламном тексте

## **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

## **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем).

## **Синтаксический практикум и создание текста**

### **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**

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 (5 сем.).

## **Современная пресс-служба**

### **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**

Объектом учебной дисциплины выступает современная пресс-служба во всех ее разновидностях. Предметом дисциплины является совокупность принципов организации работы пресс-службы, содержание ее деятельности, а также формы и методы работы сотрудников пресс-служб со СМИ, принципы сбора, обработки, распространения и обработки внутренней и внешней информации. Цель дисциплины: – представление студентам теоретических основ информационных связей с общественностью как особого рода социальной деятельности; знакомство с современной системой пресс-релизов, их спецификой и особенностями функционирования; формирование практических навыков делового общения специалиста по связям с общественностью как с представителями СМИ всех видов и уровней, так и в контексте внутрикорпоративных коммуникаций.

### **3. Краткое содержание дисциплины.**

История возникновения и развития пресс-служб в России. Основные модели пресс-служб. Структура и принципы организации современной пресс-службы. Функции и должностные обязанности пресс-секретаря. Особенности взаимодействия пресс-секретаря с первым лицом организации. Полная информированность – неперемное условие эффективной работы пресс-секретаря и пресс-службы. Особенности профессионального общения пресс-секретаря с журналистами, руководителями средств массовой коммуникации. Общая характеристика современных российских государственных пресс-служб. Информационная работа государственных учреждений со средствами массовой информации и общественностью, организация публичных акций, налаживание двусторонней активной связи «организация-население». Формы и методы координации деятельности российских государственных пресс-служб. Пресс-служба Администрации

Президента России. Основные направления работы ДИП МИД РФ. Современная практика работы пресс-службы российского загранпредставительства. Роль и место Российского информационного центра в системе общественных связей

#### **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.**

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

##### Знать:

- роль и функции пресс-службы в органах государственной власти, местного самоуправления, в хозяйствующих субъектах и общественных организациях; структуру и принципы организации пресс-служб; правовые и этические нормы деятельности сотрудников пресс-служб; основные принципы планирования и организации деятельности пресс-служб.

##### Уметь:

- готовить текстовые и аудиовизуальные материалы для публикации в СМИ; планировать и проводить пресс-конференции, пресс-туры, брифинги и другие мероприятия для прессы; готовить аналитические записки и обзоры СМИ; разрабатывать выступления руководителей организаций в средствах массовой информации; организовывать и проводить мониторинг средств массовой информации; анализировать конкретные тексты с точки зрения решаемых организацией задач; действовать в условиях кризисной ситуации.

##### Владеть:

- типичными приемами общения с современным медиасообществом;  
- практическими профессиональными навыками в разных направлениях деятельности пресс-службы.

#### **6. Общая трудоемкость дисциплины.**

2 зачетные единицы (72 часа).

#### **7. Форма контроля.**

Промежуточная аттестация – зачет (5 сем.).