

# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Компьютерная графика

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

5 Семестр

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины “Компьютерная графика” - ознакомление студентов с компьютерными технологиями в рекламе; сформировать у студентов представление о современных формах рекламной деятельности, умение ориентироваться в вопросах получения, обработки, необходимой для рекламной деятельности информации; ознакомить с алгоритмами подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, оценки эффективности рекламной деятельности. Изучить основные формы использования информационных технологий в рекламной деятельности, развить умения целенаправленно использовать различные информационные технологии для создания конкретного рекламного продукта.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОИ ВО

Дисциплина “Компьютерная графика” относится к вариативной части учебного плана ОПОП. Для изучения дисциплины необходимо знание обязательного минимума содержания среднего (полного) образования по логике и информатике. Предшествующей дисциплиной является дисциплина «Компьютерные технологии и информатика».

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции (ОПК-6; ПК-8, ПК-16):

ОПК-6: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

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

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** состояние и тенденции развития информационных технологий, направлений компьютерного дизайна и основ компьютерной графики; структуры и принципы функционирования цифровых вычислительных устройств обработки компьютерных изображений различного назначения; методы, методики и технологии создания объектов дизайна с широким использованием новых информационных и коммуникационных технологий; критерии выбора и основные характеристики технических средств, используемых в дизайне, медиаиндустрия. Классификацию графических редакторов и пакетов, программ прототипирования; принципы обработки графической информации в целом(ОПК-6; ПК-8,16);

**Уметь:** разрабатывать дизайн-проекты, эскизы объектов, создавать и обрабатывать

графические данные(ОПК-6; ПК-8,16);

**Владеть:** методами создания графических объектов; навыками работы с программным обеспечением по редактированию графических изображений, созданию компьютерной анимации и графического контекста веб-дизайна, подготовке и составлению обзоров, отчетов и научных публикаций (ОПК-6; ПК-8,16).

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

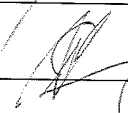
Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.


1. Информационное общество. Основные черты информационного общества.
2. Теория и практика применения сети Интернет в качестве инструмента РК- специалиста
3. Современные компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью
4. Графические редакторы, как средства подготовки графических материалов рекламного характера.
5. Инфографика в рекламе
6. Цвет и цветовое восприятие в компьютерной графике
7. Этапы создания печатной рекламной продукции.

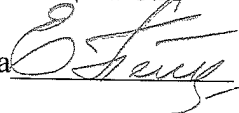
**5.ВИД АТТЕСТАЦИИ - зачёт**

**6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ-**

Составитель: доц. Озерова М.И. 

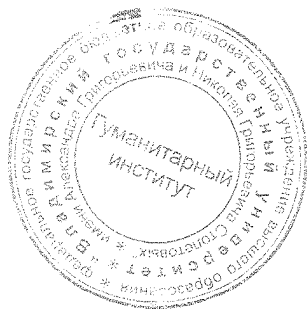
Заведующий кафедрой ИСПИ  проф., д.т.н. Жигалов И.Е.

Председатель учебно-методической комиссии  к. фил. н.  
Говердовская-Привезенцева С.А.

Директор института  д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## «МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ»

### 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

#### 2 семестр

#### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Целью освоения дисциплины «Математическое моделирование социальных процессов» является ознакомление студентов с основами моделирования явлений и процессов, происходящих в социальных системах, а также с современными методами, предназначенными для научного моделирования таких явлений и процессов.

#### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОИ ВО.

Дисциплина «Математическое моделирование социальных процессов» относится к курсам вариативной части учебного плана.

Для освоения данной дисциплины обучающимся необходимо иметь теоретические знания и практические навыки по дисциплине «Математика», в частности, иметь навыки решения систем линейных алгебраических уравнений, дифференцирования и интегрирования.

Её изучение позволяет обучающимся приобрести фундаментальные знания в области методологии и теоретических методов моделирования социальных процессов, а также развить навыки постановки типовых задач в области моделирования и подготовки к использованию исходных данных при компьютерном моделировании.

В результате освоения дисциплины «Математическое моделирование социальных процессов» обучающиеся будут иметь необходимую базу для изучения дисциплин, направленных на углубленное изучение методологии исследования общества.

#### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общекультурными компетенциями, позволяющими успешно действовать при решении задач, общих для многих видов деятельности:

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими профессиональными компетенциями, обеспечивающими подготовленность выпускника к решению профессиональных задач:

владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

**знать** основные понятия и методы математического моделирования, в том числе корректные постановки задач в области моделирования социальных процессов; классификацию моделей, математические модели процессов различной природы и методы их исследования;

**уметь** применять математические методы для построения математических моделей и исследования объектов профессиональной деятельности; выбирать методы моделирования систем, структурировать и анализировать цели и функции систем управления, проводить системный анализ прикладной области; применять, разрабатывать и отлаживать эффективные алгоритмы для построения

конкретных математических моделей и анализировать полученные математические модели;  
**владеть** навыками использования математических методов на уровне, позволяющем разрабатывать и анализировать простейшие математические модели для решения задач, возникающих в профессиональной деятельности.


Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

- 1 Моделирование социальных явлений и процессов с применением математических методов.
  - 1.1 Проблема социального выбора (правило большинства, правило суммы мест). Модели потребности людей, модели мотивации людей, модели поведения лидеров в социальных группах.
  2. Непрерывные математические модели.
    - 2.1 Линейные динамические модели. Модель Мальтуса. Модель мобилизации. Моделирование переходных экономических процессов (аналогия с моделью эпидемии).
    - 2.2 Нелинейные динамические модели. Метод биологической аналогии. Модель Ферхюльста-Перла. Динамика биоценоза и конкурентная борьба. Модель «хищник-жертва». Модель распространения рекламы.
  3. Математические методы оптимизации.
    - 3.1 Задача линейного программирования (ЗЛП). Графический метод решения ЗЛП. Каноническая форма ЗЛП. Понятие о симплекс-методе.
    - 3.2 Транспортная задача (ТЗ) как частный случай общей ЗЛП. Задача о назначениях. Построение начального опорного плана методом северо-западного угла и методом минимальной стоимости. Метод потенциалов нахождения оптимального решения ТЗ.
    - 3.3 Динамическое программирование. Принцип оптимальности Беллмана. Решение многошаговых задач оптимизации методом динамического программирования.
  4. Математические методы принятия решений в условиях неопределенности.
    - 4.1 Байесовское правило принятия решения.
    - 4.2 Игра с природой. Матрица последствий и матрица рисков. Правило Вальда. Правило Сэвиджа. Правило Гурвица. Правило Лапласа.
    - 4.3 Матричные игры. Платежная матрица игры. Чистые и смешанные стратегии. Оптимальное решение матричной игры. Графический метод решения матричной игры. Сведение матричной игры к ЗЛП.


#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: доцент Бурков В.Д. 

Заведующий кафедрой ФАиП  А.А. Давыдов

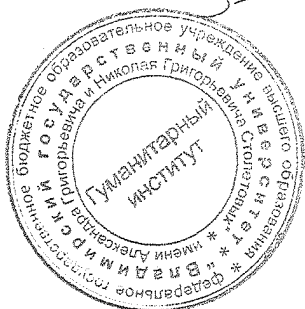
Председатель учебно-методической комиссии направления  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

 зав. кафедрой ЖРСО  
Говердовская-Привезенцева С.А.

Директор института  д.ф.н., профессор, Е.М. Петровичева

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



2016

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Общая теория управления коммуникацией**  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**6 семестр**

### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины является:

- обучение основным знаниям и навыкам профессионального менеджмента в сфере коммуникации в коммерческой и некоммерческой сферах
- получение представления о понятии, концептуальных основах в области управления коммуникации
- ознакомление с принципами стратегического планирования и оперативного управления в сфере корпоративных коммуникаций
- развитие умения пользоваться методами социального анализа

Применительно к подготовке бакалавра по рекламе и связям с общественностью в курсе «Общая теория управления коммуникацией» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы по управлению коммуникационными потоками в организации.

### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина «Общая теория управления коммуникацией» относится в базовой части учебного плана ОПОП направления «Реклама и связи с общественностью».

Учебный курс «Общая теория управления коммуникацией» методически связан с учебными дисциплинами «Теория и практика массовой информации», «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний».

Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь представления о закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, знать теорию массовой информации, основы рекламы и теорию связей с общественностью.

### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

ПК-2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельностью и деятельностью фирмы

ПК-3 принципы организационно-управленческой работы с малыми коллективами

ПК-6 участвовать в создании эффективной инфраструктуры организации, обеспечении внутренних и внешних коммуникации

ПК-5 способностью реализовывать проекты и методы их реализации

### **4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Специфика управления как деятельности
2. Теории коммуникации
3. Специфика целевых аудиторий
4. Корпоративная идентичность
5. Специфика корпоративной идентичности
6. Формирование и продвижение корпоративного имиджа
7. Содержание коммуникационной политики организации
8. Технологии коммуникационного обеспечения и средства корпоративных коммуникаций
9. Профессиональные требования к персоналу. Факторы конкурентоспособности персонала
10. Особенности коммуникологических исследований

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 7 зач.е.

Составитель: доцент кафедры ЖРСО Щитко В.С. Щитко

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. Говердовская-Привезенцева

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. Говердовская-Привезенцева

Директор института Петрови Е.М. Петровичева

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



## **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Организация и проведение PR кампаний**

#### **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

#### **7 семестр**

### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Ознакомление с особенностями деятельности по связям с общественностью, приобретение навыков работы с разными группами общественности.

Применительно к подготовке бакалавра рекламы и связей с общественностью в курсе «Организация и проведение PR кампаний» основное внимание уделяется проблемам, организационных работ на этапе подготовки специальных мероприятий и разработки литературно-технического обеспечения.

### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Организация и проведение PR кампаний» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

Данный курс дает базовые знания о работе рекламного отдела, в организациях и государственных структурах. Определяет основные принципы работы с различными видами документов, текстов и целевых групп. Изучение дисциплины базируется на современном подходе к теории и практике российской и мировой индустрии рекламы, выделяет базовые принципы организации PR мероприятий.

Данная дисциплина тесно связана с широким кругом других дисциплин («Теория и практика массовой коммуникации», «Основы медиапланирования», «Связи с общественностью и PR технологии»).

### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

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

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

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

### **4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Группы общественности, принципы коммуникации. Исследование для организации PR-кампании.

Планирование и бюджетирование кампаний по связям с общественностью

Собственные мероприятия и мероприятия сторонних организаций. Ключевые факторы мероприятий.


Основные требования к месту проведения мероприятия


Информирование целевых аудиторий о планируемом мероприятии

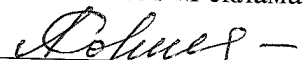
Современные информационный технологии манипуляции. Информационные войны

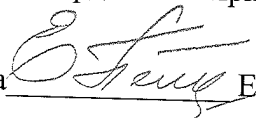
**5. ВИД АТТЕСТАЦИИ –зачет с оценкой**

**6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3 з.е.**

Составитель: ст.преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А.  -

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А.  -

Директор института  Е.М. Петровичева

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института





# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Основы рекламы

### 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

#### 4 семестр

#### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Основы рекламы» являются:

- изучение теоретических основ рекламы;
- формирование у студентов компетенций, необходимых для практической деятельности с использованием многообразия коммуникативных рекламных инструментов: планирование и осуществление рекламных кампаний и мероприятий; навыки создания текстов и документов, применяемых в сфере рекламы;
- умение устанавливать, развивать и поддерживать межличностные отношения с представителями государственных, коммерческих и общественных структур.

#### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы рекламы» входит в обязательные дисциплины вариативной части учебного плана ОПОП. Логически и методически связана с учебными дисциплинами «Маркетинг», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и СО)», «Коммуникационный менеджмент», «Брендинг», «Разработка рекламных стратегий», «Организация работы рекламного агентства».

Для успешного освоения курса «Основы рекламы» студент должен иметь представления о закономерностях развития рекламного рынка, знать основы создания рекламного продукта, иметь начальные представления о роли рекламного сообщения в экономической деятельности предприятий, разбираться в особенностях функционирования рекламных агентств.

#### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- ПК-15 навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
- ПК-12 профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
- ПК-13 способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия
- ОК-8 способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5 семестр

- 1.Реклама, её виды и классификация
- 2.Исторические этапы становления рекламы
- 3.Реклама в системе маркетинга
- 4.Особенности размещения рекламы в печатных СМИ, на радио и телевидении
- 5.Создание видео- и аудио- рекламных роликов
- 6.Роль интернет-рекламы на информационном рынке
- 7.Специфика социальной и политической рекламы
- 8.Медиапланирование
- 9.Поведение потребителя и сегментирование рынка

10. Товарный знак, фирменный стиль и брендинг
11. Реклама и формирование имиджевых стратегий
12. Прямая почтовая реклама
13. Наружные и транзитные средства распространения рекламы
14. Интернет-реклама
15. Стимулирование сбыта и вспомогательные рекламные средства
16. Правовое регулирование рекламной деятельности
17. Принципы разработки рекламных кампаний
18. Оценка эффективности рекламы

## 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - экзамен

## 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 7 з.е.

Составитель: доц. кафедры ЖРСО Мулина Н.А. *Мулина*

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. *Говердовская-Привезенцева*

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. *Говердовская-Привезенцева*

Директор института *Петрови* Е.М. Петровичева

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

6 семестр

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины является ознакомление с особенностями деятельности по связям с общественностью, приобретение навыков работы с разными группами общественности. Применительно к подготовке бакалавра рекламы и связей с общественностью в курсе «Реклама и связи с общественностью в политике» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практической деятельности в области связей с разными группами общественности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

«Политический консалтинг» относится к дисциплинам базовой части учебного плана и логически и методически связан с учебными дисциплинами «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «Коммуникационный менеджмент», «Основы медиапланирования», «Организация и проведение ПР-кампаний».

Для успешного освоения курса студент должен иметь представление о закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, иметь начальные представления о закономерностях общественного развития и особенностях функционирования массовой информации.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-5 способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации

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

ПК-13 способность осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия


## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Политический процесс. Участники политического процесса
2. Избирательная кампания как ПР-кампания
3. Политическая реклама
4. Политические мероприятия
5. Информирование целевой аудитории о планируемом мероприятии
6. Политический консалтинг


## 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен.


## 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 5 зач.е.

Составитель: ст.преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. 

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01

«Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. 

Директор института  Е.М. Петровичева

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

7 семестр

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Политическая реклама» являются:

- изучение закономерностей функционирования политической рекламы в обществе
- анализ особенностей создания и распространения политической рекламы, ознакомление с видовой спецификой политической рекламы
- изучение технологии создания и распространения политической рекламы, методов оценки ее эффективности

Применительно к подготовке специалиста по связям с общественностью в курсе «Политическая реклама» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых политической деятельностью.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Политическая реклама» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Для успешного освоения курса студент должен иметь представления о закономерностях развития политических отношений, знать основы теории коммуникации и рекламы, иметь представление о деятельности СМИ.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-5 методы реализации

ПК-7 особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаниях и мероприятий


ПК-13 особенности подготовки рекламных кампаний и мероприятий

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Политическая реклама как социальное явление
2. Политическая реклама в системе пред-и поствыборной деятельности
3. Роль текста в политической рекламе
4. Дизайн политической рекламы
5. Жанровые особенности политической рекламы
6. Манипулирование в политической рекламе
7. Политическая реклама в современной России

## 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

## 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 4 зач.е.

Составитель: ст.преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. 

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01

«Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. 

Директор института  Е.М. Петровичева

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Правоведение»

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1 семестр

РСО-17/1

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРАВОВЕДЕНИЕ»

Цель освоения дисциплины «Правоведение»: формирование у студентов необходимых знаний в области теории государства и права и основ российского законодательства.

Задачи:

- усвоение понятий государства и права, изучение основ конституционного строя Российской Федерации;
- знакомство с отраслями российского права;
- изучение гражданского права и трудового права как отраслей, имеющих важное значение в дальнейшей профессиональной деятельности выпускника;
- получение необходимых знаний в области правового регулирования профессиональной деятельности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Правоведение» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебных дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования (далее – ОПОП ВО), предусмотренных федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее – ФГОС ВО).

Пререквизиты дисциплины: «Основы философии», «История».

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП:

Код формируемых компетенций	Уровень основания компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
ОК-4 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	Частичный	<p><b>Знать:</b> Конституцию Российской Федерации как основного закона государства; особенности федеративного устройства России; особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности; источники права, систему права и систему законодательства России.</p> <p><b>Уметь:</b> юридически правильно квалифицировать обстоятельства, возникающие при осуществлении профессиональной деятельности; использовать необходимые нормы права для решения несложных правовых вопросов, получать и использовать юридическую информацию в профессиональной деятельности; взаимодействовать с социумом на основе принятых в обществе этических и правовых норм.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками обращения с нормативно-правовой базой; правильными подходами к правовому регулированию отношений в области профессиональной деятельности; использовать и защищать свои профессиональные права в интересах обеспечения граждан необходимой информацией, пропагандировать верховенство права в жизни общества.</p>

## 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРАВОВЕДЕНИЕ»

Тема 1. Основы теории государства

Тема 2. Основы теории права

Тема 3. Основы конституционного права


Тема 4. Основы гражданского права

Тема 5. Основы уголовного права


- Тема 6. Основы административного права  
Тема 7. Основы трудового права  
Тема 8. Основы налогового права

4. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет  
5. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2 Зет / 72 ч.


Составитель:  
ассистент кафедры

 /М.Н. Ахмедов/

Заведующий кафедрой

 /С.Н. Мамедов/

Председатель  
учебно-методической комиссии направления  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

 /С.А. Говердовская-Привезенцева/

Согласовано:  
Директор ГумИ



Дата: « 29 » августа 2016 г.

/Е.М. Петровичева/

МП



2016

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И ИНТЕРНЕТ - СМИ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ**  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

7 семестр

**1. ЦЕЛЬЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** является формирование практических знаний, умений и навыков применения социальных сетей на различных уровнях коммуникации для решения актуальных проблем в области рекламы и связей с общественностью, выработка практических навыков при решении профессиональных задач в социальных сетях.

Задачами учебной дисциплины «Социальные сети и интернет-СМИ как средство коммуникации» являются:

- анализ структуры коммуникации в социальных сетях
- анализ тенденций дальнейшего развития социальных сетей и увеличения возможностей их использования в PR-деятельности
- определение целевой аудитории социальных сетей и формирование методов влияния (воздействия) информации на различные группы общественности.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина «Социальные сети и Интернет - СМИ как средство коммуникации» находится в вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Наряду с дисциплиной «Основы фото и видеосъемки» из этого же блока дают представления о способах предоставления информации целевой аудитории. Дисциплина читается на 4 курсе 7 семестра.

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОПК-1 профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

ПК-1 способностью 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

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Роль и значение социальных сетей в современном обществе
2. Генезис национальных и международных социальных сетей, их влияние на общество
3. Особенности аудиторий социальных сетей
4. Влияние социальных сетей на процессы трансформации СМИ
5. Ключевые показатели эффективности работы в социальных СМИ
6. Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях
7. Правовые и этические аспекты работы в социальных сетях. Вопросы информационной безопасности
8. Особенности продвижения в социальных сетях

9. Реклама в социальных сетях

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 5 зач.е.

Составитель: ст. преподаватель кафедры ЖРСО Смылова Л.В. Смылова

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. Говердовская-Привезенцева

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01

«Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. Говердовская-Привезенцева

Директор института Петрови Е.М. Петровичева

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института





2016

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Стратегия использования СМИ в связях с общественностью**  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**8 семестр**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Цель освоения дисциплины: изучение содержания коммуникативного процесса, теорий и моделей коммуникации, видов массовой коммуникации, формирование у студентов теоретической базы и выработка умений применять полученные знания в решении прикладных задач. В ходе освоения курса рассматриваются актуальные вопросы информационного общества

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина «Стратегия и тактика использования СМИ в СО» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Учебная программа дисциплины дает базовые знания о работе рекламного отдела, редакции. Определяют основные принципы работы с различными видами СМИ и каналами информации. Изучение курса базируется на современном подходе к теории и практике российской и мировой индустрии рекламы, выделяет принципы составления стратегически информационных потоков.

Данная дисциплина тесно связана с широким кругом других дисциплин («Теория и практика массовой коммуникации», «Управление событиями», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»).

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

ПК-13 способность осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия

ПК-14 способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности

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

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации. Процесс коммуникации и его составляющие.
2. Информация как главная составляющая коммуникации.
3. Массовое сознание и механизмы массовой психологии
4. Формирование и специфика массовых настроений
5. Психология слухов и сплетен. Их роль в массовой коммуникации
6. Коммуникативные дискурсы
5. **ВИД АТТЕСТАЦИИ** – экзамен.
6. **КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ** - 5 зач.е.

Составитель: ст.преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Директор института \_\_\_\_\_ Е.М. Петровичева

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ФИЛОСОФИЯ

42.03.02 Журналистика

3 семестр

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1) Информационно-образовательные:

- формирование у студентов навыка оценки информации с учетом ее философских, мировоззренческих оснований; навыка самостоятельного, критического изучения и отбора информации с учетом философской специфики ее исторического и социокультурного контекста;
- формирование общих навыков искусства аргументации;

### 2) Культурологические:

- приобщение студентов к основным актуальным темам и направлениям философии, к актуальным проблемам философского исследования науки как доминирующего фактора развития общества;
- формирование у студентов убеждения в значении философии в существовании и развитии общества, в сохранении нации;
- формирование у студентов духовных потребностей: потребности познания сущности и общих закономерностей окружающего, потребности в развитии и критической оценке своего мировоззрения.

### 3) Методологические:

- формирование способности критического анализа социальных явлений;
- формирование умения работать с источником и литературой;
- формирование способности терпимо воспринимать культурные различия.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «История отечественного радио и телевидения» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «История», «Психология», «Социология», «Политология», «Религиоведение»

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате изучения дисциплины студент должен:

1. **Знать:** философские основания мировоззрения и науки, предпосылки, условия и закономерности их изменения; степень и особенности влияния философии на

формирование нации и личности; основные темы и направления философии и своеобразие их проявления в общественно-историческом развитии (ОК-1)

## 2. Уметь:

- использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- самостоятельно вести поиск информации, самостоятельно анализировать ее и делать выводы; логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, четко излагать свою мысль, вести дискуссию и отстаивать приоритет истины.

## 3. Владеть:

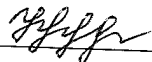
- культурой мышления с учетом современного типа рациональности, способностью к философскому обобщению, анализу, восприятию информации; способностью осознавать и обосновывать философские основания выбора цели и путей ее достижения (ОК-1)

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Философия, ее предмет и место в духовной жизни общества
2. Античная философия
3. Философия средних веков
4. Философия эпохи Возрождения
5. Философия Нового времени и Просвещения
6. Немецкая классическая философия
7. Русская философия
8. Западная философия второй пол. XIX - XX
9. Актуальные вопросы современной философии

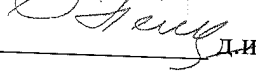
## 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - экзамен

## 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: доцент каф. ФиР Маркова Н.М. 

Заведующий кафедрой ФиР  д.ф.н., профессор Аринин Е.И.

Председатель учебно-методической комиссии  Говердовская-Привезенцева С.А., зав. каф. ЖРСО, к.ф.н.

Директор института  д.и.н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ  
ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК  
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
1-4 семестр**

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая цель овладения иностранным языком (французским) в курсе бакалавриат заключается в формировании зрелой гражданской личности, обладающей системой ценностей, взглядов, представлений и установок, отражающих общие концепты российской культуры, и отвечающей вызовам современного общества в условиях конкуренции на рынке труда.

В рамках указанной общей цели приоритетными являются такие качества будущих бакалавров, как:

способность эффективно осуществлять межкультурные контакты в профессиональных целях, конкурентоспособность, стремление к самосовершенствованию в постоянно меняющемся многоязычном и поликультурном мире,

Мобильность и гибкость в решении задач производственного и научного плана, потребность в самообразовании,

В учебном процессе общая цель курса «Иностранный язык (французский)» состоит в том, чтобы помочь студентам овладеть умениями учиться, думать критически и высказывать суждения по проблеме,

Конечная цель курса овладения иностранным языком (французским) заключается в формировании межкультурной коммуникативной профессионально ориентированной компетенции, которая представлена перечнем взаимосвязанных и взаимозависимых компетенций, представленных в формате умений.

Задачи курса состоят в последовательном овладении студентами совокупностью компетенций. Перечисленные компетенции раскрывают спектр задач, которые решаются в рамках компетентного подхода и, в значительной мере, детерминируют расстановку акцентов в курсе овладения иностранным языком (французским) как в содержательном, так и в технологическом плане.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Иностранный язык (французский)» реализуется в рамках базовой части Блока «Дисциплины (модули)» программы бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Выпускник должен обладать следующий общеобразовательными компетенциями:

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

В результате освоения Дисциплины обучающийся Должен Демонстрировать следующие результаты образования:

1. Знать:

- базовые правила грамматики (на уровне морфологии и синтаксиса);
- базовые нормы употребления лексики и фонетики;
- требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры.
- основные способы работы над языковым и речевым материалом;
- основные ресурсы, с помощью которых можно эффективно восполнить имеющиеся пробел в языковом образовании (типы словарей, справочников, компьютерных программ, информационных сайтов сети ИНТЕРНЕТ, текстовых редакторов и т.д.);

2. Уметь

- в области аудирования: воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстов, относящихся к различным типам речи (сообщение, рассказ), а также выделять в них значимую [запрашиваемую информацию];
- в области чтения: понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических и прагматических текстов (информационных буклетов, брошюр/проспектов), научно-популярных и научных текстов, блогов/веб-сайтов; детально понимать общественно-политические, публицистические (медийные) тексты, а также письма ЛИЧНОГО характера; выделять значимую/запрашиваемую информацию из прагматических текстов справочно-информационного и рекламного характера;
- в области говорения; начинать, вести/поддерживать и заканчивать диалог-расспрос об увиденном, прочитанном, диалог-обмен мнениями и интервью/собеседование при приеме на работу, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости используя стратегию восстановления сбоя в процессе коммуникации (переспрос, перефразирование и др.); расспрашивать собеседника, задавать вопросы и отвечать на них, высказывать свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника (принятие предложения или отказ); делать сообщения и выстраивать монолог-описание, монолог-повествование и монолог-рассуждение;
- в области письма: заполнять формуляры и бланки прагматического характера; вести запись основных мыслей и фактов (из аудио-текстов и текстов для чтения), а также запись тезисов устного выступления/письменного доклада по изучаемой проблематике; поддерживать контакты при помощи электронной почты (писать электронные письма личного характера); оформлять Curriculum Vitae/Resume и сопроводительное письмо, необходимые при приеме на работу; выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций, информационных буклетов, рекламных листовок, коллажей, постеров, стенных газет и т.д.),

3. Владеть:

- стратегиями восприятия, анализа, создания устных и письменных текстов разных типов ;
- компенсаторными умениями, помогающими преодолеть «сбои» в коммуникации, вызванные объективными и субъективными, социокультурными причинами.

- стратегиями проведения сопоставительного анализа культур различных стран;
  - приемами самостоятельной работы с языковым материалом (лексикой, грамматикой, фонетикой) с использованием справочной и учебной литературы
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» (ФРАНЦУЗСКИЙ).

Общая трудоёмкость Дисциплины составляет 8 зачётных единиц, 288 часов

1	МОЯ БИОГРАФИЯ. Семья, Семейные обязанности. Друзья. Хобби. Встреча. Знакомство, Описание людей (внешность, характер, профессии)
2	ЯЗЫК КАК СРЕДСТВОМЕЖКУЛЬТУРНОГООБЩЕНИЯ. Роль иностранного языка в современном мире. Французский язык, франкофония.
3	УНИВЕРСИТЕТ И СТУДЕНЧЕСКАЯ ЖИЗНЬ ВлГУ. Знаменитые университеты России, Франции. Жизнь студентов в России и за рубежом.
4	ГОРОД, В КОТОРОМ Я УЧУСЬ. История города Достопримечательности Современный облик города.
5	РОССИЯ. Географическое положение. Политическая система, государственные символы. Национальные традиции и обычаи России, Родной край.
6	ФРАНЦИЯ И ФРАНКОЯЗЫЧНЫЕ СТРАНЫ Географическое положение, Политическая система, государственные символы Франции. Заморские территории Франции.
7	ИСТОРИЯ И КУЛЬТУРА СТРАНЫ ИЗУЧАЕМОГО ЯЗЫКА. Регионы Франции Национальные традиции и обычаи Франции. Праздники Франции. Виды презентаций выступлений.
8	АННОТИРОВАНИЕ, РЕФЕРИРОВАНИЕ ТЕКСТОВ Знакомство с периодическими изданиями по специальности, с отраслевыми словарями. Виды чтения: изучающее, ознакомительное, просмотровое. Чтение профессионально ориентированных текстов.
9	Виды чтения: изучающее, ознакомительное, просмотровое, Обучение аннотированию и реферированию текстов. Составление рефератов и аннотаций профессионально ориентированных текстов
10	СОСТАВЛЕНИЕ ТЕЗИСОВ, ПРЕЗЕНТАЦИЙ. Обучение выступлению на заданную профессиональную тему. Составление тезисов выступления. Презентация Подготовка презентации. Представление и обсуждение.

11	ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА Деловое письмо. Содержание делового письма: обращение, отправитель, получатель, тема письма. Виды деловых писем.
12	УСТРО СТВО НА РАБОТУ Отбор кандидатов. La lettre de motivation. Curriculum vitae. Собеседование Чтение профессионально ориентированных текстов.
13	ПРЕДПРИЯТИЕ. Посещение фирмы, знакомство с ее структурой, Персонал, профессии, должности, отделы. Общение на предприятии. Этика деловых отношений. Ведение переговоров, телефонные переговоры.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ –

1 семестр зачёт

2 семестр зачет

3 семестра зачёт

4 семестра (по завершению курса обучения) проводится экзамен.

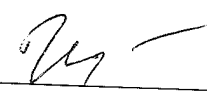
6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 8


1 семестр - 2

2 семестр - 2

3 семестр - 1

4 семестр - 3

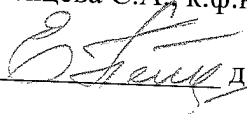
Составитель: доцент Тогунова Л.В. 

Заведующий кафедрой ИЯПК 

Марычева Е.П., к.п.н., доцент

Председатель учебно-методической комиссии кафедры ЖРСО  
Говердовская-Привезенцева С.А., к.ф.н., доцент



Директор института 

д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 29.08.2016

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ЭКОНОМИКА

42.03.01. Реклама и связи с общественностью  
1 семестр

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины (модуля) является формирование у студентов:

- научного экономического мировоззрения
- экономических знаний навыков их применения в различных сферах общественной жизни:
- представления об этапах развития экономической науки:
- основных экономических закономерностей на микро- и макроуровнях:
- интереса к основным экономическим проблемам, имеющим наиболее актуальное значение для современности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Подготовка бакалавров предполагаем получение базовой системы знаний по экономическим наукам,

Дисциплина относится к базовой части учебного плана Б 1.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются знания, умения компетенции, полученные обучающимися в средней и образовательной школе.

Для изучения дисциплины «Экономика» студенты могут использовать знания, полученные при изучении дисциплины: «История». «Философия» др.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими обще-профессиональными компетенциям:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3):

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории: основные понятия и категории экономической науки (ОК-3);

- Основные микроэкономические на макроэкономические показатели, принципы их расчета для анализа потенциал регионального, отраслевого и функционального строения национальной экономики (ОК-3).

Уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы экономики в профессиональной деятельности; ориентироваться в мировом экономическом процессе (ОК-3);

- анализировать экономические показатели; оценивать эффективность деятельности и экономический потенциал региона, отраслей, всего народного хозяйства (ОК-3).

Владеть:



- навыками целостного подхода к анализу экономических проблем общества; выявления закономерностей развития экономических на основе анализа идей и концепций (ОК-3);

- навыками применения полученных экономических знаний на практике при расчете, анализе, систематизации и обобщении показателей экономического потенциала страны, региона, отрасли (ОК-3).

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость по дисциплине составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

1	Общие основы экономической науки.
2.	Основы микроанализа
3.	Основы макроанализа.
4.	Экономическая политика государства

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет
6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: проф., д.э.н.Тесленко И.Б. Тесленко

Заведующий кафедрой ЖРСО Тесленко проф., д.э.н. Тесленко И.Б.

Председатель учебно-методической комиссии Гобвердовская Гобвердовская С.А., зав. каф. ЖРСО, к.ф.н., доцент.

Директор института Петровичева д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 29.08.2016

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Коммуникационный аудит 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 6 семестр

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Коммуникационный аудит» являются

- изучение закономерностей технологий аудита в информационном обществе;
- ознакомление с системой анализа информации
- социологические методы при анализе информационного потока
- изучение теории распределения информации
- определение роли структурно-семантического анализа при аудите внешней информационной среды
- определение и критерии кризисной ситуации в информационном поле.
- изучение технологии организации и проведения коммуникационных кампаний.

Применительно к подготовке специалиста по связям с общественностью в курсе «Коммуникационный аудит» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникационный аудит» относится к вариативной части дисциплин по выбору учебного плана ОПОП и логически и методически связана с учебными дисциплинами «Основы рекламы», «теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение PR-кампаний», «Основы медиапланирования». Для успешного освоения курса «Коммуникационный аудит» студент должен иметь представления о формировании информационных потоков, знать основы теории коммуникации, иметь начальные представления о внешнем и внутреннем информационном фоне организации.

Учебный курс «Коммуникационный аудит» необходим как предшествующий изучению дисциплин «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение PR-кампаний».

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

#### Профессиональные компетенции (ПК):

Способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10)

Способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

Способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)

#### Знать:

Способы проведения маркетинговых исследований (ПК-9);

Принципы репрезентативной выборки и основы проведения социологических исследований (ПК-10);

#### Уметь:

Планировать и проводить под контролем маркетинговые исследования (ПК-9);

Планировать и проводить социологические исследования(ПК-11);

**Владеть:**


навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);  
навыками написания аналитических справок, обзоров, прогнозов (ПК-9).  
навыками проведения социологических исследований (ПК-10)


**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**


Особенности аудита в информационных технологиях  
Критерии информационной открытости организации.  
Внешний аудит информационного потока  
Технологические особенности аудита

**5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – ЗАЧЕТ**

**6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ –2**

Составитель:ст. преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. 

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. 

Директор института  Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Основы видео - и фотосъемки

### 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

#### 5 семестр

#### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Основы видео - и фотосъемки» являются ознакомление с видео- и фото-технологиями; ознакомление с особенностями использования видео- и фотоматериалов при подготовке рекламных и PR-сообщений.

Учебная дисциплина «Основы видео - и фотосъемки» ориентирует студентов на практическую деятельность будущих специалистов. Курс «Основы видео- и фотосъемки» предполагает изучение студентами основных приемов видео- и фотосъемки.

Задачами курса являются:

- ознакомление с приемами видео- и фотосъемки;
- ознакомление с требованиями, предъявляемыми к видео- и фотосъемке;
- изучение правил использования видео- и фотоматериалов при подготовке рекламных и PR-сообщений.

#### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы видео- и фотосъемки» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

Для освоения курса «Основы видео - и фотосъемки» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

Содержание курса является необходимым компонентом в подготовке компетентных специалистов в рекламе и связях с общественностью, которое обеспечивает наполнение актуальным содержанием, и позволяет в дальнейшем применять полученные знания и умения в процессе изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» и прохождения производственной практики.

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

- 1) Знать: теоретические основы видео- и фото-производства (ПК-16);
- 2) Уметь: применять знания в области видео- и фотосъемки (ПК-16);
- 3) Владеть:

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

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в основы видео- и фото-дела

Современные технологии видео- и фотосъемки.

Программное обеспечение видео- и фотосъемки

Производство цифровой фотографии

Производство цифрового видеофильма

Использование видео- и фото материалов при производстве рекламного и PR-продукта

#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – ЗАЧЕТ

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: доцент каф. ЖРСО Соколова С.Ю.

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А.

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А.

Директор института Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ

42.03.01. Реклама и связи с общественностью

8 семестр

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Применительно к подготовке бакалавра рекламы и связей с общественностью в курсе «Основы медиапланирования» основное внимание уделяется:

-знакомству студентов с основами теории массовых коммуникаций;  
-знакомству студентов с основными понятиями рекламного медиапланирования и формирование у них первичных умений в составлении медиапланов.

-отработке практических навыков работы по стратегическому медиапланированию.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы медиапланирования» относится к вариативной части дисциплин по выбору образовательной программы направления «Реклама и связи с общественностью».

Учебная программа дисциплины дает базовые знания о работе рекламного отдела, редакции. Определяет основные принципы работы с медиапланом. Изучение курса базируется на современном подходе к теории и практике российской и мировой индустрии рекламы, выделяет принципы составления основных и резервных медиапланов. Дает возможность ознакомиться с системой распределения эфирного времени.

Данная дисциплина тесно связана с широким кругом других дисциплин («Теория и практика массовой коммуникации», «Управление событиями», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»).

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

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

Уметь:

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

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

Владеть:

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении рекламных кампаний (ПК-7).

### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.

№ п/п	Раздел(тема) дисциплины	Семестр	Неделя	семестра	Виды	учебной	Объем	Формы
					работы,	включая	учебной	текущего
					самостоятельную	работу	работы,	контроля
					студентов		с	успеваемос
					и трудоемкость (в часах)		применен	ти (по

				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР	и ем интеракти вных методов (в часах / %)	неделям семестра), форма промежудо чной аттестации (по семестрам)
1	Понятие коммуникации. Коммуникация и информация. Типология коммуникации. Массовая коммуникация. Средства массовой коммуникации. Типология СМК. СМИ как периодические СМК.	8	1-3	2	2			8		2/50%	
2	Базовые теоретические модели массовой коммуникации. Модель Шеннона-Уивера. Модель Г.Лассуэлла. Модель П.Лазарсфельда. Модель взаимной обусловленности и модель коммуникации как системы отношений У.Шрамма. Модель Дж.Гербнера. Модель Б.Уэтли и М.Маклина. Модель Г. Малецке.	8	4-6	2	2			8		2/50%	Рейтинг-контроль 1
3	Модели убеждения в процессе массовой коммуникации. Теория индивидуальных различий К.Ховленда.	8	7-9	2	2			6		2/50%	

	Психодинамическая модель. Модель У.Макгайра. Модель Фишбейна-Айзена. Инструментальная теория убеждения К.Ховленда, И.Джениса и Г.Келли. Теория социального влияния Г.Келмана. Модель Дж.Комстока.										
4	Обратная связь в массовой коммуникации. Модель «полезности и удовлетворения потребностей» И.Каца, Дж.Бламлера и М.Гуревича. Микросоциальные функции массовой коммуникации. Связь потребностей медиааудитории, микросоциальных функций массовой коммуникации и жанров СМИ.	8	10-13	2	2			8		2/50%	Рейтинг-контроль 2
5	Теории восприятия медиатекстов. Теория идентификации. Трёхфакторная модель восприятия Ч.Осгуда. Теория когнитивного диссонанса Л.Фестингера	8	14-16	3	3			8		3/50%	
6	Основы тестирования медиапланов	8	17-18	2	2			8		2/50%	Рейтинг-контроль 3
Всего			18 нед	13	13			46		13/50%	Зачет с оценкой

**5.ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен**

**6.КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 5**



Составитель ст. преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Директор института \_\_\_\_\_ Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Теория и практика массовой информации

### 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

#### 3,4 семестр

#### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины Теория и практика массовой информации являются

- изучение закономерностей функционирования массовой информации в обществе;
- ознакомление с особенностями возникновения и развития теорий массовой информации как социального процесса;
- ознакомление с историей возникновения и развития журналистики как вида деятельности;
- анализ особенностей журналистского творчества, ознакомление с жанровой спецификой журналистики;
- изучение производственных характеристик функционирования системы массовой информации и особенностей работы СМИ как предприятия;
- ознакомление студентов с особенностями организации работы редакции СМИ, освоение методов исследования массовой информации;
- изучение технологии организации и проведения коммуникационных кампаний.

Применительно к подготовке специалиста по связям с общественностью в курсе «Теория и практика массовой информации» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

#### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебный курс «Теория и практика массовой информации» входит в базовую часть учебного плана ОПОП. Логически и методически связан с учебными дисциплинами «Основы рекламы», «теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение PR-кампаний», «Основы медиапланирования».

Для успешного освоения курса «Теория и практика массовой информации» студент должен иметь представления о закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, иметь начальные представления о деятельности СМИ.

Учебный курс необходим как предшествующий изучению дисциплин «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение PR-кампаний».

### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

особенности организации и проведения коммуникационных кампаний (ОПК-4);

2) Уметь:

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

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

3) Владеть:

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

### **4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3 семестр**

1. Особенности развития информационной инфраструктуры
2. Теории массового общества и массовой информации
3. Массовая информация как социальное явление
4. Глобализация информационных процессов и информационное общество

#### **4 семестр**

5. Исторические типы журналистики
6. Система СМИ: печать, радио, телевидение
7. Журналистское творчество как профессиональная деятельность
8. Журналистское произведение как текст: жанровые разновидности
9. Особенности журналистского расследования
10. Результативность журналистики
11. Требования, предъявляемые к журналистике. Правовые и этические нормы в СМИ
12. Организация редакции СМИ
13. Техническое оснащение СМИ. История полиграфии
14. Верстка и дизайн
15. Организация и проведение коммуникативных кампаний

16.СМИ как четвертая власть

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – 3 семестр – зачет

4 семестр – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 11

Составитель: доцент кафедры ЖРСО Соколова С.Ю. \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Директор института \_\_\_\_\_ Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16

Печать института



# **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Технологии манипулирования общественным сознанием**

### **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

#### **7 семестр**

#### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Ознакомление с особенностями деятельности по связям с общественностью, приобретение навыков работы с разными группами общественности.

Применительно к подготовке бакалавра рекламы и связей с общественностью в курсе «Технологии манипулирования общественным сознанием» основное внимание уделяется проблемам, критического анализа текста в общем информационном потоке.

#### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Технологии манипулирования общественным сознанием» относится к вариативной части дисциплин по выбору образовательной программы направления «Реклама и связи с общественностью».

Учебная программа курса базовые знания о работе рекламного отдела, организации. Определяет основные принципы работы с различными видами текстов. Изучение дисциплины базируется на современном подходе к теории и практике российской и мировой индустрии рекламы, выделяет принципы структурно-семантического и –контент анализов . Дает возможность ознакомиться с методикой дискурсивного подхода.

Данная дисциплина тесно связана с широким кругом других дисциплин («Теория и практика массовой коммуникации», «Основы медиапланирования», «Связи с общественностью и PR технологии»).

#### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-6);
- владением 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 (ОПК-5);
- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ОПК-4)

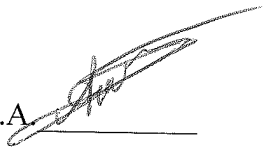
#### **4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

№ п/п	Раздел(тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применен ием интеракти вных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемос ти (по неделям семестра), форма промежудо чной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Теоретические основы манипуляции. Лебон - «Душа толпы»	7	1-4	2	2			6		2/50%	
2	Манипулятивные техники в истории.	7	5-7	2	4			6		2/50%	Рейтинг- контроль 1
3	Манипулятивные технологии в гос. структурах 20 века	7	8- 10	4	2			6		2/50%	
4	Якорный эффект и отвлечение внимания.	7	11- 14	2	2			6		2/50%	Рейтинг- контроль 2
5	Применение технологий при воздействии в военной время. Плакаты, лозунги, карикатуры.	7	15- 16	4	4			6		2/50%	
6	Современные информационный технологии манипуляции. Информационные войны	7	17- 18	4	4			6			Рейтинг- контроль 3
Всего			18	18	18			36		18/50 %	экзамен

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 5

Составитель: ст. преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. 

Председатель  
учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с  
общественностью»

Говердовская-Привезенцева С.А.

Директор института Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16

Печать института



# **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью**

### **42.03.01. Реклама и связи с общественностью**

#### **6 семестр**

#### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью освоения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является ознакомление с особенностями формирования отдела рекламы и службы по связям с общественностью.

Применительно к подготовке бакалавра рекламы и связей с общественностью в курсе «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

#### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» относится к дисциплинам базовой части образовательной программы направления «Реклама и связи с общественностью». Учебный курс логически и методически связан с учебными дисциплинами «Теория и практика массовой информации», «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний».

Для успешного освоения курса «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» студент должен иметь представления о закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, знать теорию массовой информации, основы рекламы и теорию связей с общественностью.

Учебный курс «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью» необходим как предшествующий изучению дисциплин «Основы рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», а также параллельный дисциплинам «Коммуникационный менеджмент», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний».

#### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**



В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

**Знать:**

Основные принципы работы в отделах рекламы и связей с общественностью (ОПК-2);

**Уметь:**

Уметь управлять малыми коллективами (ПК-3);

**Владеть:**

Навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, реативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4).

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3 семестр

- 1.Необходимость создания отделов рекламы и СО
- 2.Специфика деятельности рекламных и PR - служб в разных сферах общественной жизни
- 3.Профессиональные требования к специалистам, работающим в системе рекламы и СО
- 4.Типовая структура отделов рекламы и СО
- 5.Исследовательский и аналитический сегменты в работе отделов
- 6.Творческий сегмент в работе отделов
- 7.Производственный сегмент в работе отделов
- 8.Результативность деятельности отделов рекламы и связей с общественностью

#### 1. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

#### 2. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 6

Составитель: доцент, к.э.ф. кафедры ЖРСО Щитко В.С. \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Директор института \_\_\_\_\_ Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Современные международные отношения

### 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

#### 1 семестр

#### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Современные международные отношения» являются

- ознакомление с содержанием ключевых понятий и концептуальных подходов, на которых базируется изучение международных отношений, ознакомление с имеющимися в мировой науке теоретическими направлениями и школами
- формирование представлений о наиболее общих и широко распространенных методах, необходимых для систематического анализа международных процессов. В данной связи важное значение уделяется рассмотрению классических традиций изучения международных отношений в истории социально-политической мысли.

Применительно к подготовке бакалавра по рекламе и связям с общественностью в курсе «Современные международные отношения» внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, отвечающих за установление контактов.

#### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Современные международные отношения» относится к дисциплинам базовой части образовательной программы направления «Реклама и связи с общественностью», и методически связана с учебными дисциплинами «Теория и практика массовой информации», «Социология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Коммуникационный менеджмент», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО».

Для успешного освоения курса студент должен иметь представления о закономерностях развития общественных отношений, знать основы социологии, политологии, правовых отношений, основы теории коммуникации, знать теорию массовой информации, основы рекламы и теорию связей с общественностью.

#### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: основы философских знания для формирования позиции (ОПК-1);

Уметь: использовать основы правовых знания в различных знаниях жизнедеятельности (ОК-4); осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

Владеть: способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1 семестр

1. СМО: объект, предмет, методологические установки
2. Традиции и канонические парадигмы в изучении международных отношений. Современные теории в изучении международных отношений
3. Система, структура, среда международных отношений
4. Участники международных отношений. Государство как участник МО
5. Цели, средства и интересы участников международных отношений
6. Принципы, право и мораль в международных отношениях
7. Международные процессы
8. Международная безопасность в свете меняющейся роли национального суверенитета
9. Глобализация и международный порядок
10. Россия в системе международных отношений
11. Тема США в современном мире. Российско-американские отношения
12. Международные отношения в Европе. Европейское направление во внешней политике России
13. Ближневосточная подсистема международных отношений. Внешняя политика России на Ближнем и Среднем Востоке
14. Международные отношения в азиатско-тихоокеанском регионе. Внешняя политика России в АТР
15. Международные отношения в Южной Азии, Латинской Америке, Африке. Политика России в регионе

**1. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен**

**2. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 7**

Составитель: доцент, к.н.ф. кафедры ЖРСО Щитко В.С. \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Директор института Е.М. Петровичева \_\_\_\_\_

Дата: 28.08.16

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Основы теории коммуникации

### 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

#### 2 семестр

#### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» являются

- ознакомление с историей развития коммуникации как процесса обмена информацией;
- изучение закономерностей развития коммуникативных революций;
- изучение типологии и различных классификаций коммуникации;
- ознакомление с ролью человека в системе обмена информацией;
- изучение коммуникационного процесса и его составляющих.

Применительно к подготовке специалиста по связям с общественностью в курсе «Основы теории коммуникации» основное внимание уделяется введению студента в область профессионального общения и решения практических проблем в сфере коммуникации. Знание содержания коммуникации, семиотика языка и другие базовые знания позволят студентам успешно освоить другие специальные дисциплины в системе курсов по связям с общественностью. Кроме того, задачей курса является ознакомление студентов со спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни, освоение методов исследования коммуникации.

#### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к дисциплинам базовой части учебного плана ОПОП.

Курс является предшествующим и тематически связан с учебными курсами «Теория и практика массовой информации», «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент».

#### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

**Знать:** закономерности развития коммуникативных революций, типологии и различных классификации коммуникации.

**Уметь:** уметь планировать и организовывать под контролем коммуникационные компании и мероприятия (ОПК-4); Уметь проводить под контролем коммуникационные компании и мероприятия (ОПК-5)



# **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Основы выставочной деятельности**

### **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

#### **4 семестр**

#### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины «Основы выставочной деятельности» являются ознакомление с историей возникновения и развития выставочной деятельности, ознакомление с особенностями организации выставок разного уровня.

Учебная дисциплина «Основы выставочной деятельности» ориентирует студентов на практическую деятельность будущих специалистов. Курс «Основы выставочной деятельности» предполагает изучение студентами основных этапов развития выставочной деятельности в России и за рубежом, теоретических основ презентации продукта; рассмотрение основных стилей, направлений в выставочной деятельности; ознакомление с основными понятиями выставочной деятельности.

Задачами курса являются:

- изучить историю развития выставочной деятельности;
- освоить выставочно-презентационную терминологию, а также основные методы организации выставок;
- ввести студентов в круг проблем современной выставочной деятельности;
- изучить основные стили и направления в организации выставок.

#### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Основы выставочной деятельности» относится к вариативной части учебного плана ОПОП. Для освоения учебного курса студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

Содержание дисциплины «Основы выставочной деятельности» является необходимым компонентом в подготовке компетентных специалистов в рекламе и связей с общественностью, которое позволяет в дальнейшем применять полученные знания и умения в процессе изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» и прохождения производственной практики.

#### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

**Знать:** теоретические основы организации и проведения коммуникационных и рекламных кампаний и мероприятий (ПК-7, ПК-13);

**Уметь:** планировать и разрабатывать коммуникационные и рекламные кампании и мероприятия (ПК-7, ПК-13);

**Владеть:**

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

- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13).

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в основы выставочной деятельности

Методология организации выставок

Этапы исторической эволюции выставочного пространства. Стили и направления в выставочной деятельности

Мировоззренческие выставочные концепции различных жанров и видов искусств

Циклические выставочные проекты в России

Циклические зарубежные выставочные проекты

Создание концепции выставки

Замысел, организация, формирование и завершение выставки

Анализ проблем современной выставочной деятельности

#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – ЗАЧЕТ

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: доцент каф. ЖРСО Соколова С.Ю. \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Директор института \_\_\_\_\_ Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОСОБЕННОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ**  
**НА МАССОВУЮ АУДИТОРИЮ**

42.03.01. Реклама и связи с общественностью

3 семестр

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью данного курса является изучение сущности и теоретических основ связей с общественностью, особенности воздействия PR-технологий на массовую аудиторию, дается характеристика специальных мероприятий, проводимых в этой области, раскрываются особенности взаимоотношений со средствами массовой информации при проведении коммуникативной политики.

Задачами курса являются:

1. закономерностей взаимодействия субъектов общественных отношений с гражданами и организациями на основе согласования интересов.
2. анализ особенностей PR-технологий;
3. изучение особенностей воздействия PR-технологий на массовую аудиторию

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Особенности воздействия PR-технологий на массовую аудиторию» относится к базовой части учебного плана ОПОП. Наряду с дисциплинами «Массовая коммуникация в системе общественных отношений», «Общая теория связей с общественностью», «PR-мероприятия и PR-документы» формируют знания в области связей с общественности и коммуникационной политики с массовой аудиторией.

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

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

Уметь:

- работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2).

Владеть

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

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 ч.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Экзамен	Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные	Контрольные работы	СРС			
1	Массовая коммуникация: основы	3	1-2		8			16		4/50%	



	теории и практики.										
2	Исследования аудиторией. Механизмы взаимодействия аудиторией с информацией.	3	3-4		8		16		4/50%		
3	Планирование и организация PR-мероприятий	3	5-6		8		16		4/50%	Рейтинг-контроль 1	
4	Основные виды PR-мероприятий	3	7-8		8		16		4/50%		
5	Специальные мероприятия	3	9-10		8		16		4/50%		
6	Принципы проведения PR-мероприятий	3	11-12		8		16		4/50%	Рейтинг-контроль 2	
7	Корпоративные PR-мероприятия с внутренней общественностью	3	13-14		8		16		4/50%		
8	Эффективность PR-мероприятий и PR-технологий в интернете.	3	15-16		8		16		4/50%		
9	Эффективность связей с общественностью	3	17-18		8		16		4/50%	Рейтинг-контроль 3	
ИТОГО за семестр		3			72		144		36/50%	экзамен	

**5.ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен**

**6.КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 7**

Составитель старший преподаватель кафедры ЖРСО Смылова Л.В.

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А.

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А.

Директор института Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.2016

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Разработка программ стабилизации общественного мнения и управление**  
**кризисными ситуациями**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**7 семестр**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью учебной дисциплины «Разработка программ стабилизации общественного мнения и управление кризисными ситуациями» является – дать комплексное представление о теоретических основах, моделях и методах антикризисного управления на уровне предприятия, особенностях работы с общественным мнением в условиях кризиса, способствовать приобретению знаний и навыков по формированию антикризисной политики организации на микро- и макроуровне, по выходу этой организации из кризисной ситуации.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина «Разработка программ стабилизации общественного мнения и управление кризисными ситуациями» относится к дисциплинам по выбору вариативной части ОПОП направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

С данной дисциплиной связаны: «Основы теории коммуникации», «Общая теория коммуникации и массовой информации» (слушатель должен обладать необходимым минимумом знаний о структуре информационного поля в рамках заданной локации (города, региона, страны) или отдельной организации.

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)

Уметь: организовать и проводить социологические исследования (ПК-10), реализовать проекты и владение методами их реализации (ПК-5)

Владеть: навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов ( ПК-11)

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Введение в дисциплину. Основные принципы «кризис-менеджмента»	6	1-2	4	4			4		4/50%	
2	Типология кризисов. Положительные аспекты	6	3-4	4	4			4		4/50%	



6	огические особенности кризисной ситуации.	6	1-12	4	4			4			контроль 2
7	Работа с СМИ в кризисных ситуациях «Черный» и «белый» PR.	6	13-14	4	4			4		4/50%	
8	Виды сопутствующих мероприятий при кризисном управлении.	6	15-16	4	4			4		4/50%	
9	Инструменты PR в поле кризисного управления	6	17-18	4	4			4		4/50%	Рейтинг-контроль 3
Всего			18 нед.	36	36			36		36/50%	зачет

## 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – ЗАЧЕТ



# **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Русский язык и культура речи**

### **42.03.01. Реклама и связи с общественностью**

#### **1 семестр**

#### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины «Русский язык и культура речи» являются укрепление и повышение уровня владения русским литературным языком и практическое освоение и применение знаний этой области в процессе общения, при создании текстов в разных сферах литературного языка (в устной и письменной его разновидностях) у специалистов нефилологического профиля, в частности технического.

В ходе изучения курса студенты приобретают навыки нормативного владения языком, умения, необходимые для наблюдения за речью, ее анализом и оценкой, расширить общегуманитарный кругозор, опирающийся на владение богатым коммуникативным, эстетическим и познавательным потенциалом русского языка, а также навыки и умения, необходимые для создания устных и письменных высказываний в различных сферах.

#### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Для освоения дисциплины «Русский язык и культура речи» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «История», «Религиоведение», «Философия».

#### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5). В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

**знать:** правила организации коммуникации в устной и письменной формах; иметь представление о поликультурном характере общества, психологических аспектах межличностной коммуникации(ОК-5);



**уметь:** создавать тексты устного и письменного дискурса для реализации различных коммуникативных задач; анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые научные и общественные проблемы, формулируя собственную точку зрения(ОК-5);

**владеть:** приемами успешной коммуникации в коллективном и межличностном общении; навыками участия в дискуссии, диспуте (ОК-5).

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1 семестр

- 1.Литературный язык и культура речи. Современная концепция культуры речи.
- 2.Нормы современного русского языка
- 3.Коммуникативные свойства речи.
- 4.Функциональные стили
- 5.Культура научной и профессиональной речи
- 6.Деловая коммуникация.
- 7.Основы ораторского искусства.
- 8.Культура дискуссионно-полемиической речи

#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - экзамен

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 3

Составитель: ст. преп. каф. ЖРСО Сударкина С.О. \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. \_\_\_\_\_

Директор института \_\_\_\_\_ Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16

Печать института



# **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Социология массовых коммуникаций**

### **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

#### **4 семестр**

#### **1.ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью данного курса является изучение студентами реального функционирования института СМК в современном социуме, социологических методов исследования коммуникационной деятельности, и, в координации с другими дисциплинами специализации в области связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по данному направлению обучения.

Задачами курса являются:

1. выработка системного комплекса знаний о функционировании в современном обществе информационной индустрии как социального института;
2. изучение основных теорий и представлений о функционировании массовой коммуникации в современном обществе;
3. формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте;
4. применение социологического подхода к деятельности СМК, как системы реально функционирующей в широком социальном контексте, включающем исторические модели организации СМК в национальных границах;
5. знакомство с социологическими методами мониторинга качественных и количественных характеристик основных звеньев коммуникативной цепи;
6. изучение релевантности между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью;
7. рассмотрение места социологических исследований СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью;
8. изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение.

#### **2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» направлена на изучение различных аспектов коммуникативного процесса. В совокупности с учебными дисциплинами «Субъектно-объектное взаимодействие на основе связей с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Основы теории коммуникации», студент получает возможность сформировать комплексные знания о специфике формирования и институтов коммуникативного пространства современного информационного общества, являющегося социокультурной средой деятельности специалистов в сфере социальных коммуникаций.

#### **3.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

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

особенности организации и проведения коммуникационных кампаний (ОПК-4);

Уметь:

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

организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10)

Владеть:

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

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц


№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Экзамен	Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС			
1	Массовая коммуникация: основы теории и практики.	7	1-2	2	4			6		3/50%	
2	Деятельность СМК как реализация интересов разных социальных субъектов. СМК и другие каналы распространения информации	7	3-4	2	4			6		3/50%	


	и. СМК как социальный институт и вид бизнеса.											
3	СМК и власть. Понятие «четвертой власти».	7	5-6	2	4						3/50%	Рейтинг-контроль 1
4	Особенности политической коммуникации в современном обществе. Политическая реклама в СМК.	7	7-8	2	4						3/50%	
5	Коммерческая и социальная реклама в СМК.	7	9-10	2	4						3/50%	Рейтинг-контроль 2
6	Связи с общественностью и деятельность СМК.	7	11-12	2	4						3/50%	
7	Социологические исследования основных звеньев коммуникативного процесса. Конкретные эмпирические	7	13-14	2	4						3/50%	

	кие исследован ия СМК.										
8	Исследован ия аудитории СМК. Механизм ы взаимодейс твия аудитории с информаци ей СМК.	7	15- 16	2	4					3/50%	Рейтинг- контроль 3
9	Особеннос ти изучения теле- радиоаудит ории.	7	17- 18	2	4					3/50%	
Итого		7	18 нед.	18	36			54		27/50%	ЭКЗАМЕН

### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – ЭКЗАМЕН

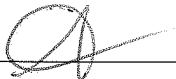
### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 6

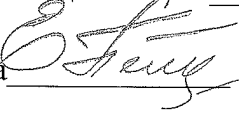
Составитель: преподаватель кафедры ЖРСО Смылова Л.В. 

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. 

Председатель

учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Говердовская-Привезенцева С.А. 

Директор института  Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16.

Печать института



## АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Теория имиджа

#### 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

#### 5 семестр

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются

- ознакомление с теоретическими и практическими аспектами формирования и корректировки имиджа как необходимого элемента процесса управления взаимоотношениями с разными группами общественности;
- изучение современных технологий формирования и корректировки имиджа как элемента управления массовой коммуникацией.

Применительно к подготовке бакалавра по рекламе и связям с общественностью в курсе «Имиджелогия» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, отвечающих за установление контактов с общественностью.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебный курс входит в базовую часть учебного плана ОПОП. Логически и методически связан с учебными дисциплинами «Теория и практика массовой информации», «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний».

Для успешного освоения курса студент должен иметь представления о закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, знать теорию массовой информации, основы рекламы и теорию связей с общественностью.

Учебный курс необходим как завершающий изучение дисциплин «Основы рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», а также параллельный дисциплинам «Коммуникационный менеджмент», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний».

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты образования:

#### **Знать:**

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

#### **Уметь:**

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

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

#### **Владеть:**

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

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять

оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Понятие «имидж»: сущность и содержание

Структура имиджа

Формирование имиджа как процесс

Основные классификации имиджа

Имидж персоны

Имидж организации


Имидж региона


Имидж государства


Управление имиджем

#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – ЭКЗАМЕН

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 7

Составитель: доцент, канд. филос. наук Соколова С.Ю. 

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. 

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. 

Директор института  Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

42.03.01. Реклама и связи с общественностью

7 семестр

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью данного курса является предоставить будущим специалистам навыки планирования, организации и проведение эффективных переговоров в будущей профессиональной деятельности.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

«Техника и технология ведения переговоров» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП. Дисциплина «Техника и технология ведения переговоров» читается в 7 семестре, направлена на изучение различных аспектов коммуникативного процесса и связана с такими дисциплинами, как «Основы теории коммуникации», «Международные отношения», «Теория имиджа», «Коммуникационный аудит», «Разработка программ стабилизации общественного мнения в кризисных ситуациях».

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2).

2) Уметь:

- уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью (ОПК-3).

3) Владеть:

- владеть знаниями и навыками работы в отделах рекламы и в отделах связей с общественностью (ОПК-2);

- владеть навыками литературного редактирования и копирайтинга (ОПК-3).

### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.


№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Экзамен	Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС			
1	Анализ сущности переговорного процесса.	7	1-2			4		8		2/50%	
2	Современный деловой этикет	7	3-4			4		8		2/50%	
3	Профилактика и разрешение конфликтов с клиентами	7	5-6			4		8		2/50%	Рейтинг-контроль 1




	путем переговоров										
4	Переговоры с клиентами в деловой переписке.	7	7-8			4	8			2/50%	
5	Телефонные переговоры.	7	9-10			4	8			2/50%	
6	Основные приемы активного слушания.	7	11-12			4	8			2/50%	Рейтинг-контроль 2
7	Особенности и проведения совещания	7	13-14			4	8			2/50%	
8	Гарвардский проект переговоров	7	15-16			4	8			2/50%	
9	Специфика проведения деловых переговоров с зарубежными и деловыми партнерами	7	17-18			4	8			2/50%	Рейтинг-контроль 3
ИТОГО за семестр		7	18			36	72			18/50%	зачет

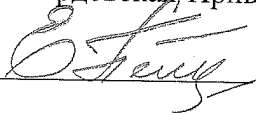
**5.ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет**

**6.КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 3**

Составитель ст. преподаватель Смылова Л.В. 

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. 

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. 

Директор института  Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16



Печать института

# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

42.03.01. Реклама и связи с общественностью

6 семестр

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью данного курса является изучение сущности взаимоотношений внутри трудового коллектива организации, особенностей функционирования и структуры PR-отдела и PR-мероприятия, направленные на создание гармоничных связей в коллективе, способствующие росту работоспособности персонала и производительности.

Задачами курса являются:

1. выработка системного комплекса знаний о сущности корпоративной взаимоотношений;

2. изучение основных теорий и представлений о моделях корпоративного управления.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Управление корпоративными отношениями в организации» относится к базовой части учебного плана ОПОП. Дисциплина преподается в 5 семестре, направлена на изучение коммуникативного процесса в организации. В совокупности с учебными дисциплинами профессионального цикла «Общая теория управления коммуникацией», «Типы коммуникационных сетей и управление коммуникацией в организации», «Основы теории коммуникации», студент получает возможность сформировать комплексные знания о специфике формирования и институтов коммуникативного пространства современного информационного общества, являющегося социокультурной средой деятельности специалистов в сфере социальных коммуникаций, в частности рассмотреть внутрикорпоративные PR-мероприятия, необходимые для создания гармоничных взаимоотношений в коллективе.

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1. Знать особенности организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

2. Уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию (ПК-6);

3. Владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Экзамен	Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС			

1	Специфика корпоративного управления организации. Эволюция. Определения.	5	1-2		4		7		2/50%	
2	Зарубежный и отечественный опыт корпоративного управления	5	3-4		4		7		2/50%	
3	Субъекты корпоративных отношений. Организация работы отдела по связям с общественностью.	5	5-6		5		7		2,5/50%	Рейтинг-контроль 1
4	Организация, планирование связей с общественностью в управлении персоналом	5	7-8		4		7		2/50%	
5	Связи с общественностью и управление конфликтами в организации	5	9-10		5		7		2,5/50%	
6	Управление корпоративными	5	11-12		4		7		2/50%	Рейтинг-контроль 2

	отношения ми в организаци и онлайн.										
7	PR- инструмент ы и создание благоприят ного климата в коллективе	5	13- 14		6		7			3/50%	
8	Кодекс корпоратив ного поведения.	5	15- 16		2		7			1/50%	
9	Мотивация к трудовой деятельнос ти.	5	17- 18		2		7			1/50%	Рейтинг- контроль 3
ИТОГО за семестр		5	18		36		63			18/50%	экзамен

### 5.ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

### 6.КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 7

Составитель ст. преподаватель кафедры ЖРСО Смылова Л.В.

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. С.А.

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. С.А.

Директор института Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СИСТЕМЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ**

42.03.01. Реклама и связи с общественностью

3 семестр

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью данного курса «Массовая коммуникация в системе общественных отношений» является изучение студентами такого явления как массовая коммуникация в системе общественных отношений, координации данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

1. дать основы коммуникативного знания, рассмотреть вопросы методологии коммуникативных процессов;

2. \_ изучить проблемы теории коммуникации в контексте современных представлений.

3. исследовать различные виды и уровни коммуникации.

4. уделить особое внимание видам профессионально- ориентированной коммуникации.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Массовая коммуникация в системе общественных отношений» относится к базовой части учебного плана ОПОП. Наряду с дисциплинами базовой части «Основы теории коммуникации», «Общая теория коммуникации и массовой информации», «Социология массовой коммуникации», «Теория и практика массовой информации» дают полные знания о сущности и особенностях категории коммуникации, ее структуре, типологии, возможностях, что необходимо для проведения коммуникационных кампаний PR-специалистом.

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)

- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2)

2) Уметь:

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

3) Владеть

- владеть знаниями и навыками работы в отделах рекламы и в отделах связей с общественностью (ОПК-2)

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часов.


№ п/п	Раздел (тема)	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Экзамен	Объем учебной работы, с	Формы текущего контроля успеваемости
-------	---------------	---------	-----------------	--	---------	-------------------------	--------------------------------------


	дисциплины			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР	применени ем интеракти вных методов (в часах / %)	(по неделям семестра), форма промежуточно й аттестации (по семестрам)
1	Коммуникация как процесс и структура. Типы, формы и уровни коммуникации.	3	1-2	8				16		4/50%	
2	Массовая коммуникация: основы теории и практики.	3	3-4	8				16		4/50%	
3	Теории массовой коммуникации	3	5-6	8				16		4/50%	Рейтинг-контроль 1
4	Массовые коммуникации в различных сферах общества.	3	7-8	8				16		4/50%	
5	Каналы и жанры массовой коммуникации	3	9-10	8				16		4/50%	Рейтинг-контроль 2
6	PR как форма массовой коммуникации	3	11-12	8				16		4/50%	
7	Реклама как форма массовой коммуникации	3	13-14	8				16		4/50%	


	ции										
8	Тенденции развития массовой коммуникации.	3	15-16	8				16		4/50%	Рейтинг-контроль 3
9	Социологические исследования массовой коммуникации.	3	17-18	8				16		4/50%	
ИТОГО за семестр			18	72				144		36/50%	экзамен

### 5.ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

### 6.КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 7

Составитель ст. преподаватель кафедры ЖРСО  Смыслова Л.В.

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. 

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. 

Директор института  Е.М. Петровичева

Дата: 29.08.16

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ  
PR-документы и PR-мероприятия  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
5 семестр**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

- изучение истории связей с общественностью в России и зарубежных странах;
- ознакомление с особенностями профессиональной деятельности по связям с общественностью;
- ознакомление с функциями специалистов по связям с общественностью;
- изучение терминологии;
- получение навыков проведения PR-мероприятий;
- получение навыков подготовки PR-текстов;
- изучение особенностей медиапланирования;
- получение представлений о закономерностях формирования имиджа;
- изучение технологий организации и проведения коммуникационных кампаний;
- приобретение навыков работы с разными группами общественности.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина «PR-документы и PR-мероприятия» находится в базовой части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

- ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- ПК-4 - владение навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- ПК-7 - способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- ПК-13 - способность осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия.

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

PR-документы и PR-мероприятия как элементы связей с общественностью. PR-документ: общее и особенное. Виды PR-документов. PR-документы для общественности. PR-документы для СМИ. PR-документы для госструктур. PR-мероприятие: общее и особенное. Виды PR-мероприятий. PR-мероприятия с участием СМИ. PR-мероприятия без участия СМИ. Массовые PR-мероприятия. Эффективность PR-мероприятий.

**2. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен.**

**3. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 6 зач.е.**

Составитель: к.ф.н., доцент Соколова С.Ю.

Заведующий кафедрой ЖРСО

Ж.В.Латышева

ФИО, подпись

Председатель

учебно-методической комиссии направления Реклама и связи с общественностью

ФИО, подпись

Директор института

И.О. Фамилия

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института





2016

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Общая теория связей с общественностью**  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**5 семестр**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

- изучение истории связей с общественностью в России и зарубежных странах;
- ознакомление с особенностями профессиональной деятельности по связям с общественностью;
- ознакомление с функциями специалистов по связям с общественностью;
- изучение терминологии;
- получение навыков проведения PR-мероприятий;
- получение навыков подготовки PR-текстов;
- изучение особенностей медиапланирования;
- получение представлений о закономерностях формирования имиджа;
- изучение технологий организации и проведения коммуникационных кампаний;
- приобретение навыков работы с разными группами общественности.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина «Общая теория связей с общественностью» находится в базовой части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОПК-5 – способность осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-5 - способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;

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


**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Возникновение и развитие связей с общественностью. Связи с общественностью: основные понятия и определения. Основные сферы PR-деятельности. Правовое обеспечение связей с общественностью. Профессиональная этика в связях с общественностью. Основные организационные структуры связей с общественностью. Каналы выхода на различные аудитории. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью. Анализ и прогноз в структуре Public relations. Виды рабочих документов. Теория имиджа. Государственный PR и имидж государства. Организация и проведение PR-кампаний. Виды рабочих мероприятий. Эффективность PR-деятельности.

**5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен.**

**6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 7 зач.е.**

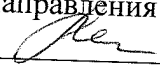
Составитель: к.ф.н., доцент Соколова С.Ю. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  Ж.В.Латышева

ФИО, подпись

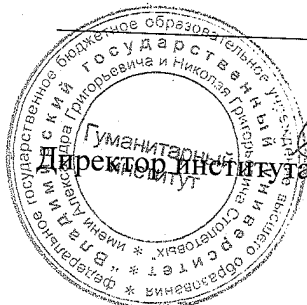
Председатель

учебно-методической комиссии направления Реклама и связи с общественностью

  
ФИО, подпись

И.О. Фамилия

Дата: \_\_\_\_\_



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Анализ документов в рекламе и связях с общественностью**  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**7 семестр**

### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью» являются

- ознакомить студентов с технологий проведения анализа документов в рекламе и связях с общественностью.
- Ознакомить студентов с технологией обработки социологической информации и представления ее результатов.

Применительно к подготовке бакалавра по рекламе и связям с общественностью в курсе «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике проведения анализа документов, а также особенностям его применения в сфере рекламы и связей с общественностью.

### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления «Реклама и связи с общественностью».

Учебный курс методически связан с учебными дисциплинами «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний», «Опрос в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Для успешного освоения курса «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью» студент должен иметь представления о проведении научных исследований, основах социологии, закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, знать теорию массовой информации, основы рекламы и теорию связей с общественностью.

Учебный курс «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью» необходим как дополняющий изучение дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний».

### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

**Знать:**

Основные принципы проведения маркетинговых исследований (ПК-9);

**Уметь:**

Организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

**Владеть:**

Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

### **4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Место документальных методов среди других методов сбора социологической информации.

Типы документальных источников, используемых в социологии. Классификация документов  
Проблемы достоверности документальной информации  
Методы анализа документов: традиционные и формализованные  
Сущность традиционного подхода.  
Внешний и внутренний анализ документа. Информационная емкость и ценность документа, старение информации.  
Контент-анализ в социологии  
Основные процедуры контент-анализа  
Категории анализа, единицы анализа, единицы счета.  
Виды формализованного анализа содержания  
Особенности анализа содержания личных документов.  
Отчет в социологическом исследовании

## 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - ЭКЗАМЕН

## 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: Доц. каф. ЖРСО Щитко В.С. Щитко

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. Говердовская-Привезенцева

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. Говердовская-Привезенцева

Директор института Петровицесва Е.М. Петровицесва

Дата:

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Опрос в рекламе и связях с общественностью

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

7 семестр

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Опрос в рекламе и связях с общественностью» являются

- ознакомить студентов с технологией проведения опросов в рекламе и связях с общественностью.
- Ознакомить студентов с технологией обработки социологической информации и представления ее результатов.

Применительно к подготовке бакалавра по рекламе и связям с общественностью в курсе «Опрос в рекламе и связях с общественностью» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике проведения опросов, а также особенностям их применения в сфере рекламы и связей с общественностью.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Опрос в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления «Реклама и связи с общественностью».

Учебный курс методически связан с учебными дисциплинами «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний», «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Для успешного освоения курса «Опрос в рекламе и связях с общественностью» студент должен иметь представления о проведении научных исследований, основах социологии, закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, знать теорию массовой информации, основы рекламы и теорию связей с общественностью.

Учебный курс «Опрос в рекламе и связях с общественностью» необходим как дополняющий изучение дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний».

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

### Знать:

Основные принципы проведения маркетинговых исследований (ПК-9);

### Уметь:

Организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

### Владеть:

Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа социологического исследования

Опрос как метод сбора данных. Виды опроса.

Особенности сбора первичной социологической информации

Интервьюирование и анкетирование как основные виды опросов

Специфические виды опросов. Телефонный, почтовый, Интернет-опрос. Групповые опросы в социологии  
Анкета как исследовательский инструмент  
Классификация вопросов. Требования к формулировкам вопросов.  
Социометрический опрос.  
Экспертные опросы  
Методика и техника глубинного интервью  
Метод фокус-группы  
Отчет в социологическом исследовании

**5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - ЗАЧЕТ**

**6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2**

Составитель: Доц. каф. ЖРСО Щитко В.С. Щитко

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. Говердовская-Привезенцева

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. Говердовская-Привезенцева

Директор института Петровиц Е.М. Петровиц

Дата:

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью**  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**7 семестр**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины «Использование социологических методов в связях с общественностью» являются

- ознакомить студентов с сущностью науки как социально-культурного феномена, спецификой научного познания, его природой и исторической динамикой.
- Ознакомить с технологиями социологического исследования и представления его результатов.

Применительно к подготовке бакалавра по рекламе и связям с общественностью в курсе «Использование социологических методов в связях с общественностью» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике проведения социологических исследований, а также особенностям их применения в сфере связей с общественностью

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью» входит в базовую часть учебного плана ОПОП.

Учебный курс методически связан с учебными дисциплинами «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Для успешного освоения курса «Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью» студент должен иметь представления о проведении научных исследований, основах социологии, закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, знать теорию массовой информации, основы рекламы и теорию связей с общественностью.

Учебный курс «Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью» необходим как дополняющий изучение дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

**Знать:**

Основные принципы проведения маркетинговых исследований (ПК-9);

**Уметь:**

Организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

**Владеть:**

Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Структура, методология, технология научного познания  
Структура и направления социологических исследований  
Общая концепция исследования

Программа социологического исследования и программные требования к выборке

Определение выборочной совокупности в различных типах исследований  
Вторичная информация в социологических исследованиях. Приемы анализа документов  
Первичная информация: количественные методы. Анкетный опрос  
Квантификация социальных и рыночных характеристик. Шкалы измерения  
Качественные методы и их функции в социологических исследованиях. Фокус-группа  
Методика и техника глубокого интервью; его роль в изучении потребительского рынка  
деятельности  
Статистические методы анализа информации в социологических исследованиях  
Обработка и анализ данных, собранных качественными методами

**5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – ЭКЗАМЕН**

**6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4**

Составитель: Доц. каф. ЖРСО Щитко В.С. Щитко

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. Говердовская-Привезенцева

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с  
общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. Говердовская-Привезенцева

Директор института Петровиц Е.М. Петровиц

Дата:

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## МАТЕМАТИКА

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1 семестр

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Математика» являются следующие. Расширение математического кругозора студентов, ознакомив их с ролью математики в современном мире и возможностью использования математических методов в его дальнейшей работе; повышение общего уровня математической культуры, то есть развитие абстрактного и логического мышления; умение проводить простейший анализ количественной информации; умение использовать при решении практических задач математические методы.

Задачи курса состоят в освоении общих теоретических положений современной математики, ее роли в становлении и развитии общества в целом и современных гуманитарных исследованиях в частности;

- формирование у студентов основ математической культуры, адекватной современному уровню и перспективам развития современного общества;
- освоение основ математического аппарата, необходимого для решения практических задач и формирование навыков математического исследования прикладных вопросов, а также навыков самостоятельной работы с учебной литературой по математике.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Математика» относится к базовой части. Математика играет важную роль в естественнонаучных, инженерно-технических и гуманитарных исследованиях. В то же время математика является не только мощным средством решения прикладных задач и универсальным языком науки, но также элементом общей культуры. Поэтому математическое образование следует рассматривать как важнейшую составляющую в системе фундаментальной подготовки современного специалиста по «Рекламе и связям в общественностью».

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОК-7 способность решать типовые математические задачи, используемые при принятии управленческих решений; использовать математический язык и математическую символику при построении организационно-управленческих моделей; обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные.

ОПК-1 способность владеть математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач.

В результате освоения дисциплины учащийся должен;

**Знать:** основные понятия и инструменты алгебры и геометрии, математического анализа, теории вероятностей, математической и социально-экономической статистики.

**Уметь:** решать типовые математические задачи, используемые при принятии управленческих решений, использовать математический язык и математическую



символику при построении организационно-управленческих моделей; обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные.

**Владеть:** математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач.

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### Алгебра, аналитическая геометрия

1. Системы линейных уравнений. Метод Гаусса.
2. Определители, правило Крамера.
3. Матричное исчисление.
4. Векторная алгебра.
5. Прямая на плоскости. Прямая и плоскость в пространстве.
6. Кривые второго порядка.

##### Введение в анализ

7. Предел последовательности.
8. Предел функции, замечательные пределы. Бесконечно малые, бесконечно большие.
9. Непрерывность. Основные теоремы о непрерывных функциях.
10. Производная, дифференциал.
11. Приложения.
12. Основные теоремы дифференциального исчисления.
13. Исследование функций.
14. Построение графиков.

##### Функции многих переменных

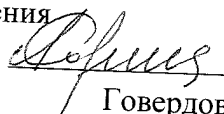
15. Частные производные и дифференциал. Приложения.
16. Производная сложной функции.
17. Частные производные высших порядков.
18. Экстремум функции многих переменных.


#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 3

Составитель: ст. преподаватель кафедры ФАиП Филинова Е. В.

Заведующий кафедрой ФАиП  А.А. Давыдов

Председатель учебно-методической комиссии направления  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  - зав. кафедрой ЖРСО  
Говердовская-Привезенцева С.А.

Директор института  д.ф.н., профессор, Е.М. Петровичева

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ АНГЛИЙСКИЙ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1-4 семестр

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая цель овладения иностранным языком (немецким) в курсе бакалавриат заключается в формировании зрелой гражданской личности, обладающей системой ценностей, взглядов, представлений и установок, отражающих общие концепты российской культуры, и отвечающей вызовам современного общества в условиях конкуренции на рынке труда.

В рамках указанной общей цели приоритетными являются такие качества будущих бакалавров, как:

- способность эффективно осуществлять межкультурные контакты в профессиональных целях, конкурентоспособность, стремление к самосовершенствованию в постоянно меняющемся многоязычном и поликультурном мире,
- мобильность и гибкость в решении задач производственного научного тана, потребность в самообразовании.

В учебном процессе общая цель курса «Иностранный язык (английский)» состоит в том, чтобы помочь студентам овладеть умениями учиться, думать критически и высказывать суждения по проблеме.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Иностранный язык (английский)» относится к базовой части учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» тесно связана с профильными дисциплинами данного направления подготовки такими, как «Интегрированные коммуникации (Теория и практика СО)», «Стилистика и литературное редактирование», «Межличностные и деловые коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в сети Internet», «Основы маркетинга», «Брендинг», «Реклама и связи с общественностью в бизнесе», «Спичрайтинг и копирайтинг», «Медиаанализ и медиапланирование», «Креативные технологии и СО»,

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Выпускник должен обладать следующими общеобразовательными компетенциями:

ОК-5 — способностью к коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1. Знать:

- базовые правила грамматики (на уровне морфологии и синтаксиса);
- базовые нормы употребления лексики и фонетики;
- требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры;

- основные способы работы над языковым и речевым материалом;
- основные ресурсы, с помощью которых можно эффективно восполнить имеющиеся пробелы в языковом образовании (типы словарей, справочников, компьютерных программ, информационных сайтов сети ИНТЕРНЕТ, текстовых редакторов и т.д.);

## 2. Уметь:

- в области аудирования: воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстов, относящихся к различным типам речи (сообщение, рассказ), а также выделять в них значимую запрашиваемую информацию;
- в области чтения: понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических и прагматических текстов (информационных буклетов, брошюр/проспектов), научно-популярных и научных текстов, блогов/веб-сайтов; понимать общественно-политические, публицистические (медийные) тексты, а также письма личного характера; выделять значимую/запрашиваемую информацию из прагматических текстов справочно-информационного и рекламного характера; \* в области говорения; начинать, вести/поддерживать и заканчивать диалог, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости используя стратегии восстановления сбоя в процессе коммуникации (переспрос, перефразирование и др.); расспрашивать собеседника, задавать вопросы и отвечать на них, высказывать свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника (принятие предложения или отказ); делать сообщения.
- в области письма: заполнять формуляры и бланки прагматического характера; вести запись основных мыслей и фактов (из аудиотекстов и текстов для чтения), поддерживать контакты при помощи электронной почты (писать электронные письма личного характера); оформлять автобиографию/резюме, выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций),

## 3. Владеть:

- стратегиями восприятия, анализа, создания устных и письменных текстов разных типов И жанров;
- компенсаторными умениями, помогающими преодолеть «сбои» в коммуникации, вызванные объективными и субъективными социокультурными причинами;
- стратегиями проведения сопоставительного анализа факторов культуры различных стран; \* приемами самостоятельной работы с языковым материалом (лексикой, грамматикой, фонетикой) с использованием справочной и учебной литературы (электронные ресурсы как компонент УМК).

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» (английский).

Общая трудоёмкость Дисциплины составляет 8 зачётных единиц, 288 часов

### Тема 1. «Моя биография»,

1.1. «Семья».

1.2 Друзья.

1.3 Хобби.

1.4. Знакомство.

Речевой этикет по теме «Знакомство»

### Тема 2. «Язык как средство межкультурного общения».

2.1 Обсуждение событий мирового значения (из источников Medien). Речевой этикет: формулы приветствия, благодарность, прощания, приглашения, согласия, несогласия и т.д.

2.3. Речевой этикет: формулы приветствия, благодарности, прощания, приглашения, согласия, несогласия и т.д.

**Тема 3** «Университет и студенческая жизнь»

3.1 Владимирский государственный университет.

3.2 Знаменитые университеты России, Великобритании, США.

3.3 Жизнь студентов в России и за рубежом.

Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media).

3.4 Виды переписки (деловые письма, письма личного характера).

**Тема 4** «Город, в котором я учусь».

4.1 История города.

4.2 Достопримечательности.

4.3 Ориентирование в городе.

4.4 Современный облик города Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media).

Ориентирование по карте/ плану.

**Тема 5** «Россия».

5.1 Географическое положение; климат, полезные ископаемые.

5.2 Промышленность, экономика и перспективы развития.

5.3 Политическая система, государственные символы.

5.4 Крупные города России (Москва, Санкт-Петербург и др.) и их достопримечательности.

Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media)

**Тема 6** «Англоязычные страны»: Великобритания, Канада, США.

6.1 Географическое положение, климат, полезные ископаемые.

6.2 Политическая система.

6.3 Крупные города.

Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media).

**Тема 7.** «История и культура стран изучаемого языка».

7.1 Праздники и традиции.

7.2 Достопримечательности.

Виды презентаций и выступлений

**Тема 8.** Определение PR. Понятие «связи с общественностью»

7.1 PR как профессия..

7.2 Обращение к аудитории, уточнение, вопросы и сомнения, завершение выступления.

Обращение к аудитории, уточнение, вопросы и сомнения, завершение выступления.

Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media).

**Тема 9.** «История PR», Составляющие PR. Реферирование/аннотирование текстов профессиональной направленности.

**Тема 10.** «PR, реклама и маркетинг». Дискуссия.

Виды перевода Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media)

**Тема 11.** PR и средства массовой информации. Обращение к аудитории, уточнение, вопросы и сомнения, завершение выступления. Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media).

**Тема 12.** «PR, реклама и маркетинг». Дискуссия. Виды перевода. Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media).

**Тема 13.** «История рекламы. Типы рекламы». Структура делового письма. Лексика делового письма. Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media).

**Тема 14.** «Медиарайтинг». Понятие Медиарайтинга. Пресс-релизы. Редакторская колонка. Медиарайтинг как средство коммуникации. Устройство на работу Сопроводительное письмо.

**Тема15.** «Имидж и брендинг». Копирайтинг. Поиск творческих путей и креативность.. Проведение дискуссий и собраний. PR-технологии и PR-компании. Доклад. Техника написания докладов; составление тезисов.

12.4 Корпоративная этика.

Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media)

**Тема 16.** «Спичрайтинг». Особенности и виды речей. Структура речи. Написание речей для публичных выступлений. Редактирование текстов научной/профессиональной направленности. Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media)

I курс

1-й семестр; базовый курс: повседневно-бытовая сфера общения и учебно-познавательная сфера общения (содержательно-целевая доминанта: коммуникативные умения в сфере повседневного общения, коммуникативные умения в учебно — познавательной сфере общения).

Исходный уровень: А1

Конечный уровень: А1+.

Рецептивные виды речевой деятельности.

Аудирование чтение

- Понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации: несложные публицистические и общественно-политические тексты по обозначенной тематике;

- Детальное понимание текста: частные письма.

Продуктивные виды речевой деятельности

Монолог описания (отеля, видов деятельности, хобби и т.д.); монолог-сообщение (о личных планах на будущее и т.д.); диалог-расспрос (о предпочтениях в еде, досуге, хобби и т.д.).

Письмо: электронные письма личного характера, служебные записки.

В конце семестра проводится зачет

2-й семестр: базовый курс учебно-познавательная сфера общения и социально-культурная сфера общения (содержательно-целевая доминанта: коммуникативные умения в учебно-познавательной сфере общения).

основной курс (содержательно-целевая доминанта: коммуникативные умения в сфере официально-делового и обще-профессионального общения) Исходный уровень: умения уровня Ан .

Конечный уровень: А2 - А2+

Рецептивные виды речевой деятельности

Аудирование и чтение

- Понимание основного содержания текста: статьи, инструкции, обзоры, корреспонденция (письма и т.д.), реклама, блоги/ веб-сайты, информационные

буклеты о предприятиях; публицистические (медийные) тексты по обозначенной проблематике;

- Понимание запрашиваемой информации: прагматические тексты справочно-информационного и рекламного характера по обозначенной проблематике;
- Детальное понимание текста: публицистические (медийные) тексты, прагматические тексты справочно-информационного и рекламного характера по обозначенной проблематике.
- Понимание запрашиваемой информации: интервью с известными участниками студенческих программ, их менеджерами

#### Продуктивные виды речевой деятельности

Говорение: монолог-описание своего вуза, монолог-сообщение о своей студенческой деятельности; монолог-описание, монолог-сообщение и диалог-расспрос (об увиденном, прочитанном); диалог-обмен мнениями (по обозначенной проблематике)

Письмо: запись тезисов выступления о своем вузе; запись основных мыслей и фактов из текстов по изучаемой проблематике; заполнение форм и бланков для участия в студенческих программах; поддержание контактов со студентами за рубежом при помощи электронной почты, заполнение формуляров и бланков прагматического характера (регистрационные бланки, таможенная декларация и т. д.); письменные проектные задания (презентации, буклеты, рекламные листовки, коллажи, постеры, отчёты, и т.д.) В конце семестра проводится зачёт

По окончании курса студенты овладевают умениями на уровне А<sub>у</sub>. во всех видах речевой деятельности.

Умения в области аудирования:

- понимать основное содержание коротких Диалогов / сообщений в пределах обозначенных тем;
- понимать общую тему публичного выступления отдельных лиц;
- понимать фактические данные в радио-телерепортаже;
- понимать сообщения в звуковом варианте по Интернету;
- понимать основные положения по ходу презентации проекта сокурсниками; - понимать описание продукта (4рекламном сообщении; Умения в области чтения:
- выделять факты, даты, имена в текстах;
- понимать описание города (' региона / страны в путеводителе;
- понимать основные биографические данные об известных деятелях; - понимать содержание афишных объявлений по отрасли в разных странах.

Умения в области говорения:

- сообщить / узнать личные данные о себе/ партнере по учебе;
- рассказать о себе, семье / о достопримечательностях ,
- рассказать / расспросить о личных интересах, предпочтениях;
- резюмировать информацию об актуальных событиях; \_высказать мнение в беседе о книге;
- сделать презентацию по заданной теме;
- оценить вопросник / результаты опроса в группе.

Умения в области письма:

- описать в частном письме свои успехи в формате электронной почты;
- написать биографию в электронном виде;
- написать статью в студенческую газету;

- обосновать мотивы выбора темы доклада;
- составить тезисы для презентации содержания проекта;
- написать план своего выступления по материалам интернет-сайта
- написать поздравление / приглашение по электронной почте;

## 2 Курс

3-й и 4-ый семестры; основной курс и профессионально ориентированный курс (содержательно-целевая доминанта: коммуникативные умения в сфере официально-делового и обще-профессионального общения; коммуникативные умения в сфере делового и профессионально - ориентированного общения) Исходный уровень: А2+.

Конечный уровень: умения уровня В1-В1+.

### Рецептивные виды речевой деятельности

#### Аудирование и чтение

- Понимание основного содержания: публицистические тексты об истории, характере, перспективах развития профессиональной отрасли; тексты - интервью со специалистами данной профессиональной области;
- Понимание запрашиваемой информации: популярные и прагматические тексты (статьи, справочники, объявления о вакансиях и т.д.);
- Детальное понимание текста: популярные и прагматические тексты по проблемам данной отрасли/бизнеса,

#### Продуктивные виды речевой деятельности

Говорение: монолог-описание (функциональных обязанностей /квалификационных требований); монолог - сообщение (о выдающихся деятелях отрасли и профессиональной сферы, о перспективах развития отрасли); монолог-рассуждение по поводу перспектив карьерного роста /возможностей личностного развития; диалог - интервью/собеседование при приеме на работу;

Письмо : написание СУ; деловой корреспонденции (сопроводительное письмо, письмо-запрос, служебная записка и т.д.), тезисов письменного доклада.

По окончании II курса студенты овладевают умениями на уровне В1+ во всех видах речевой деятельности.

Умения в области аудирования:

- понимать достаточно объемное приветствие на открытии студенческой научно-практической конференции;
- понимать разные точки зрения нескольких участников общения;
- понимать новые акценты в презентации технологии / продукции;
- понимать аргументы участников дискуссии по знакомой теме;
- понимать объявления по громкой связи при наличии внешних помех;
- понимать суть беседы о ситуации с подготовкой специалистов отрасли;
- понимать содержание новостей по телевидению.

Умения в области чтения; — понимать общее содержание газетной статьи по актуальной теме; — понимать точку зрения автора аналитической статьи; — понимать темы газетных статей по заголовкам; — понимать темы разделов рекламной брошюры о профессиональной подготовке; — понимать данные об условиях работы по конкретной профессии; — понимать изложение основных направлений деятельности международных организаций / совместных предприятий; — понимать газетные объявления (спрос на специалистов); — понять позиции разных авторов на одну проблему; — понимать выводы, сделанные автором текста.

Умения в области говорения:

- кратко изложить факты об актуальных событиях; — передать общее содержание статьи / интервью / сообщения;
- изложить сюжет и последовательность событий в книге;
- уточнить позицию собеседника по обсуждаемому вопросу;
- выразить собственную точку зрения на проблему поиска места работы;
- высказать несогласие

с позицией собеседника; — описать психологический портрет современного специалиста;

Умения в области письма:

- писать деловые письма (например: прокомментировать качество продукции, изложить мнение о рекламе); — написать резюме на основе серии статей одной тематики;

- написать краткий отчет о выполненной работе; — записать вопросы для встречи с представителем международной организации; — обобщить результаты анкетирования (опроса) о перспективных профессиях; — подготовить тезисы устного сообщения по интересующей теме; — письменно обобщить информацию из нескольких источников.

— заполнить анкету опросный лист, — написать вопросы для интервью в формате электронной почты; — написать запрос о возможности стажировки;

#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ -

1 семестр зачет

2 семестр зачет

3 семестр зачёт

4 семестр (по завершении курса обучения) проводится экзамен.

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 8

1 семестр 2

2 семестр 2

3 семестр 1

4 семестр 3

Составитель: ст. преподаватель кафедры ИЯПК Удалова Л.В.

Заведующий кафедрой ИЯПК Марычева Е.П.

к.пед.н., доцент .

Председатель учебно-методической комиссии

Говердовская-Привезенцева

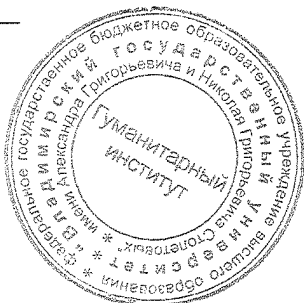
С.А., зав. каф. ЖРСО, к.филос.н.

Директор института

д. и. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 29.08.2016

Печать института





**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ  
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГУМАНИТАРНЫХ НАУКАХ  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
1 семестр**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины «Информационные технологии в гуманитарных науках» являются обеспечение подготовки бакалавров в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебного плана по направлению 42.03.02; ознакомление студентов с основными концептуальными идеями такой важной области человеческого знания как информационные технологии, определяющей развитие общества на основе формирования информационной культуры человека: формирование у студентов обобщенного представления о возможности заимствования технологий информатики для познания окружающего мира на основе математического моделирования, методов математической статистики и технологий автоматизированной обработки данных; развитие у студентов способности создания личностной интеллектуальной технологии как средства эффективного овладения знаниями и умениями в сфере профессиональной деятельности с помощью методов информатики.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Данная дисциплина относится к базовой части программы. В учебном плане предусмотрены виды учебной деятельности, обеспечивающие синтез теоретических лекций, практических занятий. Курс тесно взаимосвязан с другими дисциплинами данного цикла. Курс призван стимулировать творческое использование информационных технологий применительно к таким смежным дисциплинам как экономика, социология, математика в социогуманитарной сфере.

Дисциплина изучается на первом курсе, в связи с чем, требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося определяются требованиями к уровню подготовки выпускника в соответствии с программой общеобразовательной школы по предмету информатика.

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

- ОК-1 способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- ОК-10 способность использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования;
- ОК-11 способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, соблюдать основные требования информационной безопасности;
- ОК-12 способность владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способность к реализации социально-культурных программ в системе массовых коммуникаций;
- ОК-13 способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- ПК-11 способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий.

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Понятие информации и информационных технологий.
2. Технологии обработки и представления информации.
3. Классификация ИТ по сферам применения.
4. Обработка текстовой и числовой информации.
5. Мультимедийные технологии обработки информации.

**5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - зачет**

**6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 3**

Составитель: доцент кафедры ИиИЗ Троицкая Е. А. \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой ИиИЗ \_\_\_\_\_ д.т.н., профессор Монахов М. Ю.

Председатель учебно-методической комиссии направления  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью \_\_\_\_\_ зав. кафедрой ЖРСО  
Говердовская-Привезенцева С.А

Директор института \_\_\_\_\_ д.ф.н., профессор, Е.М. Петровичева

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ  
РЕЛИГИОВЕДЕНИЕ  
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
1 семестр**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины являются знакомство с религиями прошлого и настоящего, содействие достижению взаимного понимания, терпимости и уважения в вопросах свободы совести и свободы вероисповедания, толерантного восприятия мировоззренческого, социального и культурного различия.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Религиоведение» входит в базовую часть. Логически и содержательно-методически связана с такими дисциплинами, как «Культурология», «Философия», «Отечественная история».

Для успешного освоения курса «Религиоведение» студент должен знать историю своего государства, мировую историю, а также представления о закономерностях развития общественных и политических отношений.

Учебный курс «Религиоведение» необходим как предшествующий изучению дисциплины «Философия», «Политология».

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Компетенции: ОК-1 – Способность использования философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;

ОК-6 – способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

1) Знать: основные положения и методы гуманитарных и социально-экономических наук при решении профессиональных задач;

2) Уметь: работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)

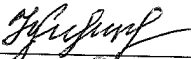
3) Владеть: способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);


#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


1. Понятие религии, её структура и функции.
2. Происхождение религии. Первобытные формы религии.
3. Национально-государственные формы религии.
4. Буддизм как мировая религия.
5. Христианство как мировая религия.
6. Православие, католичество, протестантизм: их сравнительный анализ.
7. Ислам как мировая религия.
8. Новые религиозные движения в XX веке.

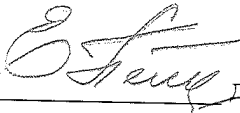
#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: Н.М. Маркова 

Заведующий кафедрой Фир  Аринин Е.И.

Председатель учебно-методической комиссии  Говердовская-Привезенцева  
С.А., зав. каф. журналистики, рекламы и связей с  
общественностью, к.ф.н.

Директор института  д.ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ТЕОРИЯ ИЗМЕРЕНИЙ И АНАЛИЗ ДАННЫХ**  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**2 семестр**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью преподавания дисциплины является ознакомление студентов с основами и приемами измерительных процедур, моделированием процессов управления в социальных системах, а также с современными пакетами программ, предназначенных для научного моделирования.

Современные тенденции развития общественных процессов связаны с широким применением информационных систем и математических методов анализа. Это требует от специалиста знаний в области математического моделирования и умений применения их на практике. Современное воззрение на изучаемый в курсе предмет предполагает системный подход. В соответствии с этим, структура курса отражает принципы системной организации процедуры измерения и анализа данных, разработки математического описания и исследования компьютерных моделей.

Таким образом, дисциплина является одним из обязательных направлений в современной подготовке по специальности «Реклама и связи с общественностью», к педагогической и исследовательской работе.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Теория измерений и анализ данных» относится к дисциплинам базовой части для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина логически и содержательно-методически тесно связана с рядом теоретических дисциплин и практик предшествующего периода обучения. Для ее успешного усвоения необходимы твердые знания по курсам «Математика», «Концепции современного естествознания», «Информатика», «Социология». Полученные знания необходимы студентам для последующего изучения дисциплин специальности, при подготовке, выполнении и защите выпускной квалификационной работы и при решении научно-исследовательских и других задач в будущей профессиональной деятельности.

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОК-7 наиболее распространенные методы анализа социологических данных  
ОПК-1 способность владеть эффективными методами сбора социологических данных.

В результате освоения дисциплины учащийся должен;

**Знать:** теоретические, методологические и практические проблемы, которые сопутствуют большинству социологических исследований; наиболее распространенные методы анализа социологических данных, эффективные методы анализа социологических данных, современные эффективные методы сбора социологических данных.

**Уметь:** применять наиболее распространенные методы анализа социологических данных ; эффективные методы анализа социологических данных, современные

эффективные методы сбора социологических данных. Формировать оптимальный комплекс методов под каждую исследовательскую задачу.



**Владеть:** методами анализа социологических данных; эффективными методами анализа социологических данных, современными эффективными методами сбора социологических данных.


#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Проблема измерения в социологии.
2. Основные понятия теории измерения.
3. Метод парных сравнений и построение на его основе оценочной шкалы.
4. Шкала Терстоуна для измерения установки.
5. Тестовая традиция. Проблема построения индексов для измерения установки.
6. Шкала Лайкерта.
7. Шкалограммный анализ Гутмана.
8. Латентно-структурный анализ Лазарсфельда.
9. Семантический дифференциал Осгуда.
10. Критерии качества измерительных инструментов.

#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - зачет с оценкой

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2

Составитель: д.т.н., профессор кафедры ФАиП Малафеева АА.   
Заведующий кафедрой ФАиП  проф. Давыдов А.А.

Председатель  
учебно-методической комиссии направления  зав. кафедрой ЖРСО Говердовская  
С.А.

Директор института  д.ф.н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ  
ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ, ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО  
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**1- 6 семестры**

**1.ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

Для достижения поставленной цели предусматривается решение следующих задач:

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

**2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Физическая культура и спорт» реализуется в базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» в объеме 72 академических часа (2 зачетные единицы), «Элективные курсы по физической культуре» - вариативная часть, дисциплина по выбору в объеме 328 академических часа.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в средней общеобразовательной школе. Физическая культура в Российской Федерации представлена в высших учебных заведениях, как учебная дисциплина и важнейший компонент целостного развития личности, значимость которого проявляется в гармонизации духовных и физических сил, в формировании таких общечеловеческих ценностей, как здоровье, физическое и психическое благополучие, физическое совершенство.

### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурной компетенции (ОК): способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

В соответствии с требованиями образовательного стандарта к компетенциям по дисциплине выпускник должен:

1. Знать: научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни.
2. Уметь: использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.
3. Владеть: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

### **4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Легкая атлетика. Обучение технике бега на короткие и средние дистанции.
2. Легкая атлетика. Совершенствование техники бега на короткие и средние дистанции.
3. Легкая атлетика. Обучение технике прыжку в длину с места. Тесты текущего контроля физической подготовленности по легкой атлетике
4. Техника игры в баскетбол. Тесты текущего контроля физической подготовленности по баскетболу.
5. Плавание. Меры безопасности на воде. Упражнения по освоению с водой. Тесты текущего контроля физической подготовленности по плаванию.
6. Лыжная подготовка. Техника безопасности на занятиях лыжным спортом.
7. Обучение технике передвижения на лыжах. Тесты текущего контроля физической подготовленности по лыжной подготовке.




8. Общая физическая подготовка. Тесты текущего контроля физической подготовленности по ОФП.
9. Общая физическая подготовка. Тесты текущего контроля физической подготовленности по ОФП.
10. Легкая атлетика. Развитие общей выносливости.
11. Легкая атлетика. Развитие скоростной выносливости. Тесты текущего контроля физической подготовленности по легкой атлетике.
12. Легкая атлетика. Развитие общей выносливости.
13. Легкая атлетика. Развитие скоростной выносливости
14. Легкая атлетика. Развитие скоростной и силовой выносливости. Тесты текущего контроля физической подготовленности по легкой атлетике.
15. Технические приемы баскетбола. Тесты текущего контроля физической подготовленности по ОФП, по баскетболу.
16. Технические приемы футбола.
17. Тесты текущего контроля физической подготовленности по ОФП, по футболу.
18. Легкая атлетика. Совершенствование техники бега на короткие и средние дистанции.
19. Легкая атлетика. Развитие общей выносливости.
20. Легкая атлетика. Развитие скоростно- силовой выносливости. Тесты текущего контроля физической подготовленности по легкой атлетике.
21. Совершенствование техники бега по прямой дистанции. Совершенствование технике прыжков в длину с места.
22. Тесты текущего контроля физической подготовленности по легкой атлетике.
23. Технические приемы волейбола. Тесты текущего контроля физической подготовленности по ОФП, по волейболу.
24. Общая физическая подготовка. Тесты текущего контроля физической подготовленности.

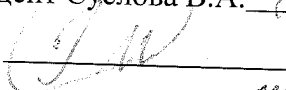
#### **4.ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет**

#### **5.КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2**


Составители:

• доцент Миронова Ю.А. 

• доцент Сусллова В.А. 

Заведующий кафедрой ФВИС 

Иванов С.В.

Председатель учебно-методической комиссии 

Н.Ю. Литвинова

Директор института Е. М. Петровичева д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ НЕМЕЦКИЙ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
1-4 семестр

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая цель овладения иностранным языком (немецким) в курсе бакалавриат заключается в формировании зрелой гражданской личности, обладающей системой ценностей, взглядов, представлений и установок, отражающих общие концепты российской культуры, и отвечающей вызовам современного общества в условиях конкуренции на рынке труда.

В рамках указанной общей цели приоритетными являются такие качества будущих бакалавров, как:

- способность эффективно осуществлять межкультурные контакты в профессиональных целях, конкурентоспособность, стремление к самосовершенствованию в постоянно меняющемся многоязычном и поликультурном мире,
- мобильность и гибкость в решении задач производственного научного тана, потребность в самообразовании.

В учебном процессе общая цель курса «Иностранный язык (немецкий)» состоит в том, чтобы помочь студентам овладеть умениями учиться, думать критически и высказывать суждения по проблеме.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Иностранный язык (немецкий)» относится к базовой части учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» тесно связана с профильными дисциплинами данного направления подготовки такими, как «Интегрированные коммуникации (Теория и практика СО)», «Стилистика и литературное редактирование», «Межличностные и деловые коммуникации», «Реклама и связи с общественностью в сети Internet», «Основы маркетинга», «Брендинг», «Реклама и связи с общественностью в бизнесе», «Спичрайтинг и копирайтинг», «Медиаанализ и медиапланирование», «Креативные технологии и СО»,

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Выпускник должен обладать следующими общеобразовательными компетенциями:

ОК-5 — способностью к коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1. Знать:

- базовые правила грамматики (на уровне морфологии и синтаксиса);
- базовые нормы употребления лексики и фонетики;
- требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры;
- основные способы работы над языковым и речевым материалом;
- основные ресурсы, с помощью которых можно эффективно восполнить имеющиеся пробелы в языковом образовании (типы словарей, справочников, компьютерных программ, информационных сайтов сети ИНТЕРНЕТ, текстовых редакторов и т.д.);

2. Уметь:

- в области аудирования: воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстов, относящихся к различным типам речи (сообщение, рассказ), а также выделять в них значимую запрашиваемую информацию;
- в области чтения: понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических и прагматических текстов (информационных буклетов, брошюр/проспектов), научно-популярных и научных текстов, блогов/веб-сайтов; понимать общественно-политические, публицистические (медийные) тексты, а также письма личного характера; выделять значимую/запрашиваемую информацию из прагматических текстов справочно-информационного и рекламного характера; \* в области говорения; начинать, вести/поддерживать и заканчивать диалог, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости используя стратегии восстановления сбоя в процессе коммуникации (переспрос, перефразирование и др.); расспрашивать собеседника, задавать вопросы и отвечать на них, высказывать свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника (принятие предложения или отказ); делать сообщения.
- в области письма: заполнять формуляры и бланки прагматического характера; вести запись основных мыслей и фактов (из аудиотекстов и текстов для чтения), поддерживать контакты при помощи электронной почты (писать электронные

письма личного характера); оформлять автобиографию/резюме, выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций),

### 3. Владеть:

- стратегиями восприятия, анализа, создания устных и письменных текстов разных типов  
И жанров;
- компенсаторными умениями, помогающими преодолеть «сбои» в коммуникации, вызванные объективными и субъективными социокультурными причинами;
- стратегиями проведения сопоставительного анализа факторов культуры различных стран; \* приемами самостоятельной работы с языковым материалом (лексикой, грамматикой, фонетикой) с использованием справочной и учебной литературы (электронные ресурсы как компонент УМК).

### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» (немецкий).

Общая трудоёмкость Дисциплины составляет 8 зачётных единиц, 288 часов

#### **Тема 1.** «Моя биография»,

1.1. «Семья».

1.2 Друзья.

1.3 Хобби.

1.4. Знакомство.

Речевой этикет по теме «Знакомство»

#### **Тема 2.** «Язык как средство межкультурного общения».

2.1 Немецкий язык.

2.2 Причины учить немецкий язык.

2.3 Германские языки

2.4 Обсуждение событий мирового значения (из источников Medien). Речевой этикет: формулы приветствия, благодарность, прощания, приглашения, согласия, несогласия и т.д.

#### **Тема 3** «Университет и студенческая жизнь»

3. 1 Владимирский государственный университет.

3.2 Учебная аудитория.

3.3 Знаменитые университеты России, Германии, Европы.

3.3 Жизнь студентов в России и за рубежом.

Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media).

3.4 Виды переписки (деловые письма, письма личного характера).

#### **Тема 4** «Город, в котором я учусь».

4.1 История города.

4.2 Достопримечательности.

4.3 Ориентирование в городе.

4.4 Современный облик города Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media).

Ориентирование по карте/ плану.

#### **Тема 5** «Россия».

5.1 Географическое положение; климат, полезные ископаемые.

5.2 Промышленность, экономика и перспективы развития.

5.3 Политическая система, государственные символы.

5.4 Крупные города России (Москва, Санкт-Петербург и др.) и их достопримечательности.

Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media)

**Тема 6** «Немецкоязычные страны»: Германия, Австрия, Швейцария.

6.1 Географическое положение, климат, полезные ископаемые.

6.2 Политическая система.

6.3 Крупные города.

Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media). «История и культура стран изучаемого языка».

6.1 Праздники и традиции.

6.2 Достопримечательности.

Виды презентаций и выступлений

**Тема 7** «Средства массовой информации».

7.1 Газеты, журналы.

7.2 Телевидение, радио, интернет.

7.3 Соц.сети, форумы.

7.4 Реклама.

Обращение к аудитории, уточнение, вопросы и сомнения, завершение выступления

Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media).

**Тема 8** «Немецкоязычная литература».

8.1 Основные этапы развития.

8.2 Проза, поэзия, разные литературные жанры

8.3 Чтение отрывка худ. произв.

8.4 Просмотр учебн./худ. фильма  
Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media)

**Тема 9.** «PR, реклама и маркетинг». Дискуссия.

Виды перевода  
Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media)

**Тема 10** «Организация конференции, круглого стола, семинара»

10.1 Информационное письмо.

10.2.Регистрационная форма.

10.3Тематика. Программа.

10.4 Написание статьи, тезисов статьи.

Структура делового письма.

Лексика делового письма.

**Тема 11.** «Моя будущая профессия».

11.1 Работать рекламным агентом менеджером по рекламе,

11.2 Качества и компетенции. Устройство на работу; сопроводительное письмо.

**Тема12.** «В редакции, офисе»

12.1 Практикант, Обязанности.

12.2 Деловой стиль одежды

12.3 Техника ведения переговоров, телефонные переговоры.

12.4 Корпоративная этика.

Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media)

**Тема 13.** «Научно-исследовательская работа».

13,1 Подготовка медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио, видео, графика, анимация).

13.2 Техника написания докладов; составление тезисов.

13.3. Журнальные/газетные статьи

13.4. Подача заявки на участие.

**Тема 14.** «Выдающиеся политические обозреватели, журналисты: Генрих Боровик, Леонид Зорин, Всеволод Овчинников.

14.1. Биографии

14.2 Знакомство с творчеством.

14.3 Редактирование текстов научной/профессиональной направленности.

14.3 Выступление — моя визитная карточка, научный аспект.

Обсуждение событий мирового значения (из источников Mass Media)

1 курс

1-й семестр; базовый курс: повседневно-бытовая сфера общения и учебно-познавательная сфера общения (содержательно-целевая доминанта: коммуникативные умения в сфере повседневного общения, коммуникативные умения в учебно — познавательной сфере общения).

Исходный уровень: A1

Конечный уровень: A1+.

Рецептивные виды речевой деятельности.

Аудирование чтение

- Понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации: несложные публицистические и общественно-политические тексты по обозначенной тематике;
- Детальное понимание текста: частные письма.

Продуктивные виды речевой деятельности

Монолог описания (отеля, видов деятельности, хобби и т.д.); монолог-сообщение (о личных планах на будущее и т.д.); диалог-расспрос (о предпочтениях в еде, досуге, хобби и т.д.).

Письмо: электронные письма личного характера, служебные записки.

В конце семестра проводится зачет

2-й семестр: базовый курс учебно-познавательная сфера общения и социально-культурная сфера общения (содержательно-целевая доминанта: коммуникативные умения в учебно-познавательной сфере общения).

основной курс (содержательно-целевая доминанта: коммуникативные умения в сфере официально-делового и обще-профессионального общения) Исходный уровень: умения уровня Аn .

Конечный уровень: A2 - A2+

Рецептивные виды речевой деятельности

Аудирование и чтение

- Понимание основного содержания текста: статьи, инструкции, обзоры, корреспонденция (письма и т.д.), реклама, блоги/ веб-сайты, информационные буклеты о предприятиях; публицистические (медийные) тексты по обозначенной проблематике;
- Понимание запрашиваемой информации: прагматические тексты справочно-информационного и рекламного характера по обозначенной проблематике;

- Детальное понимание текста: публицистические (медийные) тексты, прагматические тексты справочно-информационного и рекламного характера по обозначенной проблематике.
- Понимание запрашиваемой информации: интервью с известными участниками студенческих программ, их менеджерами

#### Продуктивные виды речевой деятельности

Говорение: монолог-описание своего вуза, монолог-сообщение о своей студенческой деятельности; монолог-описание, монолог-сообщение и диалог-расспрос (об увиденном, прочитанном); диалог-обмен мнениями (по обозначенной проблематике)

Письмо: запись тезисов выступления о своем вузе; запись основных мыслей и фактов из текстов по изучаемой проблематике; заполнение форм и бланков для участия в студенческих программах; поддержание контактов со студентами за рубежом при помощи электронной почты, заполнение формуляров и бланков прагматического характера (регистрационные бланки, таможенная декларация и т. д.); письменные проектные задания (презентации, буклеты, рекламные листовки, коллажи, постеры, отчёты, и т.д.) В конце семестра проводится зачёт

По окончании курса студенты овладевают умениями на уровне А<sub>1</sub> во всех видах речевой деятельности.

Умения в области аудирования:

- понимать основное содержание коротких Диалогов / сообщений в пределах обозначенных тем;
- понимать общую тему публичного выступления отдельных лиц;
- понимать фактические данные в радио-телерепортаже;
- понимать сообщения в звуковом варианте по Интернету;
- понимать основные положения по ходу презентации проекта сокурсниками; - понимать описание продукта (4рекламном сообщении); Умения в области чтения:
- выделять факты, даты, имена в текстах;
- понимать описание города ( региона / страны в путеводителе;
- понимать основные биографические данные об известных деятелях; - понимать содержание афишных объявлений по отрасли в разных странах.

Умения в области говорения:

- сообщить / узнать личные данные о себе/ партнере по учебе;
- рассказать о себе, семье / о достопримечательностях ,
- рассказать / расспросить о личных интересах, предпочтениях;
- резюмировать информацию об актуальных событиях; высказать мнение в беседе о книге;
- сделать презентацию по заданной теме;



- оценить вопросник / результаты опроса в группе.

Умения в области письма:

- описать в частном письме свои успехи в формате электронной почты;
- написать биографию в электронном виде;
- написать статью в студенческую газету;
- обосновать мотивы выбора темы доклада;
- составить тезисы для презентации содержания проекта;
- написать план своего выступления по материалам интернет-сайта
- написать поздравление / приглашение по электронной почте;

2 Курс

3-й и 4-ый семестры; основной курс и профессионально ориентированный курс (содержательно-целевая доминанта: коммуникативные умения в сфере официально-делового и обще-профессионального общения; коммуникативные умения в сфере делового и профессионально - ориентированного общения) Исходный уровень: A2+.

Конечный уровень: умения уровня В1-В1+.

#### Рецептивные виды речевой деятельности

##### Аудирование и чтение

- Понимание основного содержания: публицистические тексты об истории, характере, перспективах развития профессиональной отрасли; тексты - интервью со специалистами данной профессиональной области;
- Понимание запрашиваемой информации: популярные и прагматические тексты (статьи, справочники, объявления о вакансиях и т.д.);
- Детальное понимание текста: популярные и прагматические тексты по проблемам данной отрасли/бизнеса,

##### Продуктивные виды речевой деятельности

Говорение: монолог-описание (функциональных обязанностей /квалификационных требований); монолог - сообщение (о выдающихся деятелях отрасли и профессиональной сферы, о перспективах развития отрасли); монолог-рассуждение по поводу перспектив карьерного роста /возможностей личностного развития; диалог - интервью/собеседование при приеме на работу;

Письмо : написание СУ; деловой корреспонденции (сопроводительное письмо, письмо-запрос, служебная записка и т.д.), тезисов письменного доклада.

По окончании II курса студенты овладевают умениями на уровне В1+ во всех видах речевой деятельности.

Умения в области аудирования:

- понимать достаточно объемное приветствие на открытии студенческой научно-практической конференции;
- понимать разные точки зрения нескольких участников общения;
- понимать новые акценты в презентации технологии /

продукции; – понимать аргументы участников дискуссии по знакомой теме; – понимать объявления по громкой связи при наличии внешних помех; – понимать суть беседы о ситуации с подготовкой специалистов отрасли; – понимать содержание новостей по телевидению.

Умения в области чтения; – понимать общее содержание газетной статьи по актуальной теме; – понимать точку зрения автора аналитической статьи; – понимать темы газетных статей по заголовкам; – понимать темы разделов рекламной брошюры о профессиональной подготовке; – понимать данные об условиях работы по конкретной профессии; – понимать изложение основных направлений деятельности международных организаций / совместных предприятий; – понимать газетные объявления (спрос на специалистов); – понять позиции разных авторов на одну проблему; – понимать выводы, сделанные автором текста.

Умения в области говорения:

- кратко изложить факты об актуальных событиях; – передать общее содержание статьи / интервью / сообщения; – изложить сюжет и последовательность событий в книге; – уточнить позицию собеседника по обсуждаемому вопросу; – выразить собственную точку зрения на проблему поиска места работы; – высказать несогласие с позицией собеседника; – описать психологический портрет современного специалиста;

Умения в области письма:

- писать деловые письма (например: прокомментировать качество продукции, изложить мнение о рекламе); – написать резюме на основе серии статей одной тематики;

- написать краткий отчет о выполненной работе; – записать вопросы для встречи с представителем международной организации; – обобщить результаты анкетирования (опроса) о перспективных профессиях; – подготовить тезисы устного сообщения по интересующей теме; – письменно обобщить информацию из нескольких источников.

– заполнить анкету опросный лист, – написать вопросы для интервью в формате электронной почты; – написать запрос о возможности стажировки;

## 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ -

1 семестр зачет

2 семестр зачет

3 семестр зачёт

4 семестр (по завершении курса обучения) проводится экзамен.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ –

1 семестр 2

2 семестр 2

3 семестр 1

4 семестр 3

Составитель: ст. преподаватель кафедры ИЯПК Арсеньева Е.А. Е.А. Арсеньева

Заведующий кафедрой ИЯПК Марычева Е.П. Е.П. Марычева к.пед..н., доцент .

Председатель учебно-методической комиссии С.А. Говердовская-Привезенцева  
С.А., зав. каф. ЖРСО, к.филос.н.

Директор института Е.М. Петровица д. и. н., профессор, Петровица Е.М.

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ****БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ****42.03.01 Реклама и связи с общественностью****2 семестр****1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Цель освоения дисциплины:

В рамках данной дисциплины рассматривается культура безопасности, предполагающая готовность и способность выпускника использовать приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в любой сфере деятельности, в том числе и безопасности технологических процессов. Изучение предмета предполагает: формирование мышления безопасности и системы ценностных ориентиров, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритетных; приобретение знаний, умений и навыков для идентификации опасностей и оценки рисков в сфере своей профессиональной деятельности для последующей защиты от опасностей и минимизации неблагоприятных воздействий на основе сопоставления затрат с выгодами; освоение теоретических знаний и практических навыков для обеспечения безопасности технологических процессов и производств и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности; формирование способностей для аргументированного обоснования своих решений с точки зрения безопасности; формирование мотивации и способностей для самостоятельного повышения уровня культуры безопасности.

Задачи освоения содержания курса:

Среди поставленных задач в курсе «Безопасность жизнедеятельности» - формирование у студентов четкого представления о технических системах как источниках опасности, а именно: техника, техносфера и ее компоненты (среда производственная), среда обитания в целом как совокупность техносферы и социума, характеризующаяся набором физических, химических, биологических, информационных и социальных факторов, оказывающих влияния на условия жизни и здоровье человека.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «География», «Физика», «Химия» и «Характеристика природных опасностей».

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующей компетенцией:

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

демонстрировать следующие результаты образования:

- знать: основные техносферные опасности, их свойства и характеристики, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них применительно к сфере своей профессиональной деятельности;
- уметь: идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения благоприятных условий жизнедеятельности;
- владеть: понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности;
- последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и поражающих

факторов, принципы их идентификации; принципами обеспечения безопасности взаимодействия человека со средой обитания; методы контроля и управления условиями жизнедеятельности.

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Введение в безопасность. Основные понятия и определения. Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания.
2. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека.
3. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов техногенного происхождения.
4. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного происхождения.
5. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации.
6. Управление безопасностью жизнедеятельности.

#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: доц.каф. АТБ Худякова Е.О. \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Ш.А. Амирсейидов

Председатель учебно-методической комиссии \_\_\_\_\_ - С.А. Говердовская-Привезенцева.

Директор института \_\_\_\_\_ д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Дизайн в рекламе

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

4 семестр

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины является ознакомление с особенностями деятельности по связям с общественностью, приобретение навыков работы с разными группами общественности. Применительно к подготовке бакалавра рекламы и связей с общественностью в курсе «Дизайн в рекламе» основное внимание уделяется способам и методикам создания рекламного продукта с использованием различных каналов и носителей.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Учебный курс «Дизайн в рекламе» относится к дисциплинам базовой части и логически и методически связан с учебными дисциплинами «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «Коммуникационный менеджмент», «Основы медиапланирования», «Организация и проведение PR-кампаний».

Для успешного освоения курса «Дизайн в рекламе» студент должен иметь представление о закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, иметь начальные представления о закономерностях общественного развития и особенностях функционирования массовой информации.

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-12 способность осуществлять под контролем профессиональных функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, сфере торговли.

ПК-14 способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

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


### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


1. Дизайн как компоновочная деятельность
2. Психо-технологии рекламных средств
3. Основные составляющие фирменного стиля
4. Роль стереотипов в рекламе
5. Ассоциативность и образность в рекламе
6. Конструктивная структура рекламы

### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет с оценкой

### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 5 зач.е.

Составитель: ст.преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО Говердовская-Привезенцева С.А. 

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Говердовская-Привезенцева С.А. 

Директор института  Е.М. Петровичева

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ  
ИСТОРИЯ**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**1 семестр**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

- Формирование исторического мышления, умения выявлять историческую обусловленность различных версий и оценок событий прошлого и современности, определять и аргументировано представлять собственное отношение к дискуссионным проблемам истории.
- Воспитание гражданственности, патриотизма, формирование национальной идентичности, развитие мировоззренческих убеждений студентов.
- Овладение умениями и навыками поиска и систематизации исторической информации.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Курс «История» относится к базовой части программы бакалавриата. В гуманитарном значении он имеет системообразующее значение. Курс «История» связан с комплексом всех гуманитарных дисциплин – с философией, социологией, культурологией, политологией и др.

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ИСТОРИЯ»**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Компетенция ОК-2 – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском аспектах.

Знать:

- Основные факты, причинно-следственную связь событий в истории России (ОК-2);
- Базовые исторические источники по основным проблемам курса (ОК-2);
- Содержаний важнейших событий по истории России с древнейших времен по начало XXI века в рамках изучаемых проблем (ОК-2);
- Культурное наследие нашего отечества (ОК-2).
- Основные точки зрения, существующие в исторической науке по изучаемым в дисциплине аспектам

Уметь:

- Устанавливать основные этапы, направления, особенности и итоги развития России (ОК-2);
- Объяснять содержание основных исторических терминов и понятий; анализировать фактический материал по курсу (ОК-2);

- Отбирать и на начальном уровне анализировать базовые исторические источники (ОК-2);

Владеть:

- навыками самостоятельной работы с историческими источниками анализа специальной литературы, публичных выступлений (ОК-2).

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ИСТОРИЯ»

1. История как наука. Восточные славяне в древности
2. Основные тенденции развития Древнерусского государства IX-XII веков.
3. Борьба с иноземными захватчиками. Эпоха централизации.
4. Россия в XVII в.
5. Реформы в России XVIII века.
6. Основные тенденции развития России в первой половине XIX века.
7. Великие реформы и контрреформы России во второй половине XIX века
8. Основные тенденции развития России в первой половине XX века.
9. СССР во второй половине XX века. Современная Россия.

#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: Доц. Галкин Т.О. Т.О. Галкин

Заведующий кафедрой ИАиК А.К. Тихонов Тихонов А.К.

Председатель учебно-методической комиссии Н.Ю. Литвинова Литвинова Н.Ю., зав. каф. ЖРСО, доц., к. псих. н.

Директор института Е.М. Петровичева д. и. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: \_\_\_\_\_

Печать института

