

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
(АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)**

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

1, 2, 3, 4 семестры

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- Повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования;
- Освоение и отработка коммуникативных стратегий и практических навыков общения на английском языке в рамках профессионально-деловой сфере будущей профессии
- Формирование компетенций, необходимых для использования английского языка в научной и профессиональной деятельности, дальнейшем обучении в магистратуре и аспирантуре и проведения научных исследований в заданной области.
- Расширение кругозора студентов, знакомство с культурой, традициями и обычаями стран изучаемого языка.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Иностранный язык» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: дисциплина опирается на знания предмета основной образовательной программы среднего (полного) общего образования «Иностранный язык».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-4 способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке

ОПК-1 способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

1 семестр

Тема 1. Моя биография

Тема 2. Язык как средство межкультурного общения

Тема 3. Университет и студенческая жизнь

Тема 4. Город, в котором я учусь

1 семестр

Тема 5. Россия

Тема 6. Англоязычные страны: Великобритания, США, Канада, Австралия

Тема 7. История и культура стран изучаемого языка (Великобритания, США)

Тема 8. История PR

3 семестр

Тема 9. Понятие «связи с общественностью» / PR Definition

Тема 10. Составляющие PR / Components of Public Relations

Тема 11. PR и средства массовой информации / PR and Mass Media

4 семестр

Тема 12. Медиарайтинг / Media Writing

Тема 13. Пресс релиз / Press Release

Тема 14. Реклама / Advertising

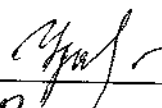
Тема 15. Медиапродукты / Media production

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – *зачёт, зачёт, зачёт, экзамен*

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 8/288 ч.

Составители:

Старший преподаватель кафедры ИЯПК



Л.В. Удалова

Заведующий кафедрой ИЯПК



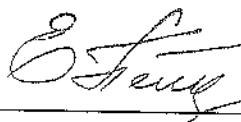
Е.П. Марычева

Председатель

учебно-методической комиссии направления



Директор института



Е.М. Петровичева

Дата: 31.08.2018



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» - приобретение знаний и умений, необходимых для сохранения своей жизни и здоровья; для обеспечения безопасности человека в современных экономических и социальных условиях; знаний в области защиты населения и территорий в чрезвычайных ситуациях как в мирное, так и в военное время; для спасения людей, животных и материальных ценностей.

Задачи изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»:

- теоретическое освоение обучающимися основ культуры безопасности, комплекса опасностей, действующих на человека и природу;

- приобретение практических навыков по формированию и соблюдению нормативных требований к источникам опасностей, действующих в окружающей среде.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.О.14 «Безопасность жизнедеятельности» реализуется в рамках базовой части Блока I «Дисциплины (модули)» программы специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: ОБЖ – предмет, изучаемый в общеобразовательной школе.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-8 - Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

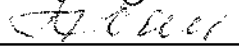
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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. Худякова Е.О. 

Заведующий кафедрой АТБ  Амирсейидов Ш.А.

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф.

 ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 29.08.2019

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
«СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГУМАНИТАРНЫХ
НАУКАХ»**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Современные информационные технологии в гуманитарных науках» являются обеспечение подготовки бакалавров в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебного плана по направлению 42.03.01; ознакомление студентов с основными концептуальными идеями такой важной области человеческого знания как информационные технологии, определяющей развитие общества на основе формирования информационной культуры человека.

Задачи:

- 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 ВО

Дисциплина «Современные информационные технологии в гуманитарных науках» относится к базовой части программы (код Б1.В.06.01). 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.

Пререквизиты: «дисциплина опирается на знания предметов основной образовательной программы среднего (полного) общего образования: информатика.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии

ПК-1 - Способен вести документация по проектам и работам, способен вести документооборот

ПК-16 - Способен организовать взаимодействие со СМИ (инициирование публикаций, работа с информационными партнерами и т.д.)

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

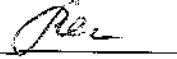
1. Введение в информационные технологии. Технические средства информационных процессов
2. Программные средства реализации информационных процессов
3. Работа в глобальной компьютерной сети Интернет.

5. **ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет**

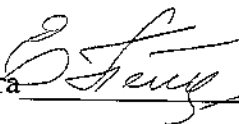
6. **КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2**

Составитель: доцент Троицкая Е.А. 

Заведующий кафедрой ИЗИ  Монахов М.Ю.

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф.

ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 29.08.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

42.03.04 Реклама и связи с общественностью

8 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Цель освоения дисциплины: Совершенствовать современные теорико-методологические представления связей с общественностью в избирательном процессе, их особенности, овладеть методами, современными технологиями их проведения

Задачи освоения содержания дисциплины:

2. Понимать природу современного электорального процесса;
3. Выявлять и анализировать основные стратегии и тактики избирательных кампаний;
4. Владеть средствами и методами процесса организации и проведения избирательных кампаний;
5. Раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения политических избирательных кампаний;
6. Научить студентов применять различные методы решения организационных, медийных и других проблем в ходе проведения избирательных кампаний;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Избирательные технологии» относится к вариативной части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Реклама и связи с общественностью в политике», «Политические процессы и современность», «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-2	Полное	Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктов Уметь: учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктов

		Владеть: способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктах.
ПК-7	<i>Полное</i>	Знать: признаки концептуальных и стратегических документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний. Уметь: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний. Владеть: приемами разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-кампаний.
ПК-23	<i>Полное</i>	Знать: методы оценки результатов информационно-коммуникационной и PR-кампании. Уметь: оценивать результаты информационной, коммуникационной и PR-кампании. Владеть: методами оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе.. Общая характеристика избирательных технологий. Базовые понятия: агитация, пропаганда.
2. Избирательные технологии в системе политического PR. Понятие Избирательная кампания и ее место в системе политического PR. Избирательные циклы. Специфика политического PR на разных фазах избирательного цикла.
3. Ресурсное обеспечение деятельности в сфере избирательных технологий. Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные, интеллектуальные, организационные, информационные ресурсы.
4. Формирование имиджа кандидата как технология. Понятие индивидуального имиджа. Личность как источник имиджеобразующей информации.
5. Современные избирательные технологии. Роль и место СМИ в избирательных технологиях. Политический Интернет: понятие, функции, структура. Особенности СМИ как средство связи с общественностью в рамках избирательной кампании.
6. Некорректные избирательные технологии. Манипуляция и фальсификация в избирательной кампании: способы и приемы. Влияние некорректных избирательных технологий на становление института выборов.
7. Стратегия и тактика избирательной кампании. Определение целей избирательной кампании. Направления информационно-аналитического обеспечения кампании. Выделение целевых групп избирателей. Разработка комплекса коммуникативных

мероприятий. Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний.

8. Реализация предвыборной кампании. Составление раздаточного материала, листовочная война: виды и содержание печатной продукции. Предвыборная реклама в СМИ. Основы анализа при медиапланировании. Новостной менеджмент. Взаимодействие с журналистами, методы работы
9. Избирательные технологии в политическом пространстве современной России. Типология видов избирательных технологий, применяемых в России.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: ст. преподаватель Никешин А.А. _____

Заведующий кафедрой ЖРСО _____ к. п. н., доц. Литвинова Н.Ю.

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

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

КОММУНИКАЦИОННЫЙ АУДИТ

42.03.04 Реклама и связи с общественностью

6 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: изучение закономерностей технологий аудита в информационном обществе, ознакомление с системой анализа информации 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.

Задачи:

1. Изучение коммуникационных моделей современных связей с общественностью;
2. Определение критериев кризисной ситуации в информационном поле;
3. Изучение технологии организации и проведения коммуникационных кампаний;
4. Анализ современных медиатекстов и медиапродуктов;
5. Определение роли структурно-семантического анализа при аудите внешней информационной среды.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникационный аудит» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Коммуникации в коммерческих и общественных организациях», «Приемы работы с разными группами общественности в кризисных ситуациях», «Социальные сети как инструмент коммуникации».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-5	частичное	Знать: основные требования, предъявляемые к составлению аналитических отчетов Уметь: проводить презентацию результатов исследования Владеть: текстовыми редакторами для составления отчета
		Знать: факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей

ПК-6	частичное	<p>Уметь: Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию исследования, владеть текстовым редактором для составления отчетов.</p> <p>Владеть: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p>
ПК-14	частичное	<p>Знать: инфраструктуру коммуникации и участников проекта.</p> <p>Уметь: организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта.</p> <p>Владеть: способностью организовать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта.</p>
ПК-17	частичное	<p>Знать: Знать приёмы и методы упреждающего психологического воздействия, используемые в политическом общении</p> <p>Уметь: выстраивать коммуникации с представителями органами власти</p> <p>Владеть: навыками коммуникации с представителями органами власти</p>

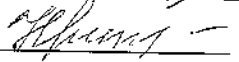
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


1. Особенности аудита в информационных технологиях.
2. Критерии информационной открытости организации.
3. Внешний аудит информационного потока.
4. Технологические особенности аудита .
5. Анализ вертикальных информационных потоков организации.
6. Модель коммуникативного баланса
7. Каналы связи с целевыми аудиториями. Использование информационных технологий в реализации моделей коммуникации.
8. Определение внутренней безопасности информационного потока..
9. Критерии информационной открытости организации.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: ст. преподаватель Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  к. п. н, доц. Литвинова Н.Ю.

Председатель учебно-методической комиссии  к. п. н, доц., зав.каф. ЖРСО

Литвинова Н.Ю.

Директор института



д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

МЕДИАМЕТРИЯ

42.03.04 Реклама и связи с общественностью

8 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов комплекса теоретических знаний, умений и практических навыков в области медиаизмерений (медиаисследований) телевизионных средств массовой коммуникации и их аудитории с учетом современного состояния, методологических и технических особенностей отрасли медиа метрии в России и за рубежом.

Задачи освоения содержания дисциплины

1. понимать роли медиаметрии как отрасли специальных знаний и практической деятельности в медиапроцессе и телевизионном бизнесе в целом.

2. Иметь представление об аудитории телевидения как объекте медиаисследований (медиаизмерений).

3. Изучить историю, принципы, методы, формы, технологии и технику медиаметрии с учетом опыта российских и зарубежных медиаисследовательских компаний, систему показателей и методологию мониторинга телесмотрения, а также анализа результатов медиаизмерений.

4. Ознакомить с применением медиаизмерений в организации, планировании, анализе медиапроцесса на практике медиаисследований телевизионных каналов и медиапланировании рекламных компаний.

5. Осмыслить актуальные проблемы развития медиаизмерений (медиаисследований) и направления их решения в телевещательной отрасли России.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Медиаметрия» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Теория измерений и анализ данных», «Исследовательские методы в рекламе и связях с общественностью», «Медиапланирование» «Современные приемы и технологии воздействия на массовое сознание»

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ


Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-5	<i>Полное</i>	Знать: тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Уметь: учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных компаний.
ПК-2	<i>Полное</i>	Знать: профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах Уметь: работать с большим объемом информации Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-6	<i>Полное</i>	Знать: принципы обобщения и систематизации информации Уметь: находить и анализировать необходимую информацию Владеть: навыками применения количественных и качественных исследований

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Предмет, цели и задачи изучения медиаметрии
2. Понятие, роль, функции телевидения.
3. Состояние и стратегия развития отрасли телевидения России.
4. Аудитория телевидения как основной объект медиаисследований.
5. Методология и технология медиаизмерений аудитории, система мониторинга телесмотрения.
6. История и эволюция телевизионных медиаизмерений.
7. Организация медиаизмерений на примере российской медиаисследовательской компании "Mediascope".
8. Применение медиаметрии в медиапроцессе.
9. Основные проблемы медиаизмерений в цифровой среде и направления их решения.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: ст. преподаватель Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО *Литвинова* к. п. н, доц., Литвинова Н.Ю.

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

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА

42.03.04 Реклама и связи с общественностью

7 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: подготовка студентов владеющих теоретическими и практическими знаниями в области современных политических технологий, ознакомление студентов со спецификой проведения рекламных кампаний в политической сфере, а также рассмотрение закономерностей политической рекламы как особого вида коммуникации

Задачи освоения содержания дисциплины:

1. Определение роли политической рекламы в современном политическом процессе
2. Осознание стилей и методов воздействия политической рекламы на электоральное поведение
3. Формирование представлений о разработке и внедрении политического рекламного продукта
4. Ознакомление с правовыми и этическими аспектами деятельности в сфере политической рекламы

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Преквизиты дисциплины: «Реклама и связи с общественностью в политике», «Политические процессы и современность», «Политический консалтинг»

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-1	Полное	Знать: основные понятия, теоретические концепции рекламного текста; особенности функционирования рекламного текста, жанры и композицию рекламы; языковые особенности рекламных текстов; Уметь: создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; Владеть: навыками построения и аргументации собственной точки зрения.
ОПК-5	Полное	Знать: тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.

		<p>Уметь: учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p> <p>Владеть: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных компаний.</p>
ОПК-7	Полное	<p>Знать: принципы социальной ответственности.</p> <p>Уметь: учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: приемами учета эффектов и последствий своей профессиональной деятельности.</p>
ПК-22	Полное	<p>Знать: особенности каналов передачи контента.</p> <p>Уметь: определять каналы передачи контента.</p> <p>Владеть: определения каналов передачи контента.</p>

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 – 5

Составитель: ст. преподаватель Никешин А.А. _____

Заведующий кафедрой ЖРСО _____ к. п. н., доц. Литвинова Н.Ю.

Председатель учебно-методической комиссии _____ к. п. н., доц. Литвинова
Н.Ю.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ

42.03.04 Реклама и связи с общественностью

6 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: подготовка студентов владеющих теоретическими и практическими знаниями в области современных политических технологий, ознакомление студентов со спецификой проведения рекламных кампаний в политической сфере, а также рассмотрение закономерностей политической рекламы как особого вида коммуникации

Задачи освоения содержания дисциплины:

1. Определение роли политической рекламы в современном политическом процессе
2. Осознание стилей и методов воздействия политической рекламы на электоральное поведение
3. Формирование представлений о разработке и внедрении политического рекламного продукта
4. Ознакомление с правовыми и этическими аспектами деятельности в сфере политической рекламы

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Политический консалтинг» относится к вариативной части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Реклама и связи с общественностью в политике», «Политические процессы и современность», «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-7	Полное	Знать: основные методы сбора информации и ее проверки Уметь: создавать материалы в разных жанрах и форматах в зависимости от требований и типа СМИ Владеть: способностью анализировать и редактировать медиатексты, продвигать их на медиарынок
ОПК-7	Полное	Знать: принципы социальной ответственности. Уметь: учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности. Владеть: приемами учета эффектов и последствий своей


		профессиональной деятельности.
ПК-23	<i>Полное</i>	Знать: основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; основные этапы и процессы развития отечественной литературы и журналистики Уметь: анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ

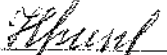
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

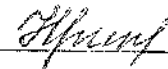
1. Введение в курс. Эволюция взглядов на политическое консультирование
2. Место роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и изучения политической системы общества.
3. Диагностика политической ситуации и состояния политической напряженности. Консультационные услуги как инструмент устранения и смягчения политических конфликтов.
4. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов, политических предпочтений и электорального поведения.
5. Управленческие решения в политической сфере. Планирование политической деятельности.
6. Планирование и проведение целевых политических PR-акций.
7. Стратегия и тактика избирательной кампании. Медиапланирование
8. Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.

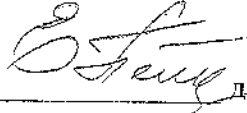
5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: ст. преподаватель Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  к. п. н., доц. Литвинова Н.Ю.

Председатель учебно-методической комиссии  к. п. н., доц. Литвинова Н.Ю.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СМИ
В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

42.03.04 Реклама и связи с общественностью

4 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

Задачи освоения содержания дисциплины:

1. Раскрыть основные теоретико-методологические проблемы курса
2. Дать студентам навыки работы с научной литературой, правильного использования кат
3. Использовать полученные знания для выстраивания эффективного процесса рекламной
4. Оценивать отбор носителей рекламы
5. Составлять медианплан и выполнять оценку его эффективности
6. Знать содержание коммуникативного процесса и его составляющие
7. Знать специфику функций отдельных средств массовой коммуникации

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

Пререквизиты дисциплины: «Связи с общественностью», «Связи с общественностью как современная технология управления обществом», «Современные технологии в рекламе и связях с общественностью».


3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-5	Полное	Знать: тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Уметь: учитывать в профессиональной деятельности тенденции

		развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. Владеть: способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных компаний
ОПК-7	<i>Полное</i>	Знать: принципы социальной ответственности. Уметь: учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности. Владеть: приемами учета эффектов и последствий своей профессиональной деятельности.

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
 7. Кризисные коммуникации
 8. Реклама как особая форма массовой коммуникации
 9. Отношения между СМИ, рекламой и потребителями
 10. Общая характеристика каналов рекламы
 11. Методы анализа массовой коммуникации
 12. Понятие и история развития медиапланирования
 13. Стратегия и тактика медиапланирования
 14. Основные понятия и этапы медиапланирования
 15. Основные параметры медиапланирования, медиаисследования и исследования аудитории рекламных носителей
 16. Формирование медиаплана рекламной кампании
 17. Расчет бюджета рекламной кампании
 18. Оценка и контроль эффективности медиаплана
 19. Ресурсы Интернет по медиапланированию
- 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен**
- 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 5**

Составитель: ст. преподаватель Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО 

к. п. н., доц. Литвинова Н.Ю.

Председатель учебно-методической комиссии Литвинова к. п. н., доц. Литвинова

Директор института Петровица Н.Ю. д. ф. н., профессор, Петровица Е.М.

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ТЕХНОЛОГИИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ

42.03.04 Реклама и связи с общественностью

6 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Ознакомление с особенностями деятельности по связям с общественностью, приобретение навыков работы с разными группами общественности. Изучение дисциплины базируется на современном подходе к теории и практике российской и мировой индустрии рекламы, выделяет принципы структурно-семантического и –контент анализ.

Задачи освоения содержания дисциплины:

1. Уметь анализировать текст в общем информационном потоке
2. Знать о работе рекламного отдела, организации
3. Определять основные принципы работы с различными видами текстов
4. Ознакомиться с методикой дискурсивного подхода.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Технологии манипулирования общественным сознанием» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Теория и практика массовой коммуникации», «Основы медиапланирования», «Связи с общественностью и PR технологии»

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-4	Полное	Знать: психологические аспекты формирования и применения технологий в сфере связей с общественностью и рекламы; Уметь: отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; Владеть: 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-16	Полное	Знать: знать базовые принципы формирования организационной


		структуры редакционного комплекса Уметь: использовать приемы и методы планирования времени, организации своего трудового распорядка Владеть: способностью к самоорганизации и самообразованию
ОПК-7	<i>Полное</i>	Знать: принципы социальной ответственности. Уметь: учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности. Владеть: приемами учета эффектов и последствий своей профессиональной деятельности.

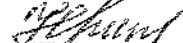
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

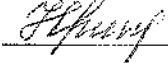
1. Теоретические основы манипуляции. Лебон - «Душа толпы»
2. Манипулятивные техники в истории.
3. Манипулятивные технологии в гос. структурах 20 века
4. Якорный эффект и отвлечение внимания.
5. Применение технологий при воздействии в военной время. Плакаты, лозунги, карикатуры.
6. Современные информационные технологии манипуляции. Информационные войны

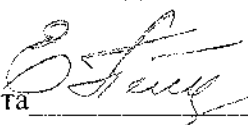
5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 6

Составитель: ст. преподаватель Никешин А.А. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  к. п. н., доц. Литвинова Н.Ю.

Председатель учебно-методической комиссии  к. п. н., доц. Литвинова Н.Ю.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Копирайтинг в мультимедийном пространстве

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

5 семестр

1. ЦЕЛЬЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «Копирайтинг в мультимедийном пространстве» является изучение теорией копирайтинга и обучение первичными практическими навыками работы с текстами, сбор необходимой информации, разработка темы, написание различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной и PR-кампаний.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Копирайтинг в мультимедийном пространстве» находится в вариативной части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-1 – способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностях других знаковых систем.

ПК-22 – способность формирования ключевых посланий и сообщений.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ. Копирайтинг в мультимедийном пространстве. Копирайтинг как рекламная технология. Отечественный и зарубежный опыт копирайтинга. Личность копирайтера. Классификация жанров рекламных текстов. Структура рекламного текста. Заголовок. Типы заголовков. Основной текст рекламы. Изобразительно-выразительные средства рекламного текста. Создание печатной рекламы. Форматы текстов печатной рекламы. Создание рекламных текстов для телевизионной и радиорекламы. Создание рекламных текстов для интернет-рекламы. SEO-копирайтинг. Создание слоганов и нейминг в деятельности копирайтера. Спичрайтинг как эффективная PR – технология.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 3 зач.е.

Составитель: ст. препод. Смылова Л.В. *См*

Заведующий кафедрой ЖРСО *Л* Ж.В. Латышева
ФИО, подпись

Председатель
учебно-методической комиссии направления *Л*

Директор института *Е.М. Петровичева* Дата: 11.09.2019

Печать института



2018

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Корпоративные коммуникации

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

6 семестр

1. ЦЕЛЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «Корпоративные коммуникации» является изучение студентами особенностей корпоративных коммуникаций, управления корпоративными отношениями, сущности корпоративной культуры организации, особенностей функционирования структуры PR-отдела и PR-мероприятий, направленных на создание гармоничных взаимоотношений в коллективе, способствующих росту работоспособности, производительности персонала, имиджа организации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Корпоративные коммуникации» находится в вариативной части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-13 – способность составления плана работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от содержания.

ПК-24 – способность организовать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

Сущность корпоративного управления. Цели. Функции. Классификация внутренней аудитории организации. Зарубежный и отечественный опыт корпоративного управления. Понятие корпоративной культуры. Формирование корпоративной культуры в компаниях. Элементы корпоративной культуры. Задачи и принципы функционирования отдела по связям с общественностью в управлении корпоративными отношениями. Организация, планирование связей с общественностью в управлении персоналом. PR-мероприятий и PR-документы в управлении корпоративными отношениями. Онлайн PR-инструменты и создание благоприятного климата в коллективе. Связи с общественностью и управление конфликтами в организации. Корпоративная этика как элемент корпоративных отношений. Перспективы корпоративного управления.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2 зач.е.

Составитель: ст. препод. Смылова Л.В. *Смф*

Заведующий кафедрой ЖРСО *Лер* Ж.В. Латышева
ФИО, подпись

Председатель учебно-методической комиссии направления *Лер*

Директор института *Петр* Е.М. Петровичева Дата: 11.09.2019

Печать института



2018

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Особенности управления корпоративными отношениями (HR)»

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

6 семестр

1. ЦЕЛЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «Корпоративные коммуникации» является изучение студентами особенностей корпоративных коммуникаций, управления корпоративными отношениями, сущности корпоративной культуры организации, особенностей функционирования структуры PR-отдела и PR-мероприятий, направленных на создание гармоничных взаимоотношений в коллективе, способствующих росту работоспособности, производительности персонала, имиджа организации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Корпоративные коммуникации» находится в вариативной части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-13 – способность составления плана работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от содержания.

ПК-24 – способность организовать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

Сущность корпоративного управления. Цели. Функции. Классификация внутренней аудитории организации. Зарубежный и отечественный опыт корпоративного управления. Понятие корпоративной культуры. Формирование корпоративной культуры в компаниях. Элементы корпоративной культуры. Задачи и принципы функционирования отдела по связям с общественностью в управлении корпоративными отношениями. Организация, планирование связей с общественностью в управлении персоналом. PR-мероприятий и PR-документы в управлении корпоративными отношениями. Онлайн PR-инструменты и создание благоприятного климата в коллективе. Связи с общественностью и управление конфликтами в организации. Корпоративная этика как элемент корпоративных отношений. Перспективы корпоративного управления.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2 зач.е.

Составитель: ст. препод. Смылова Л.В. *Смф*

Заведующий кафедрой ЖРСО *Лат* Ж.В. Латышева
ФИО, подпись

Председатель
учебно-методической комиссии направления *Лат*

Директор института *Петр* Е.М. Петровичева Дата: 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«МАТЕМАТИКА И СТАТИСТИКА»

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

профиль «Реклама и связи с общественностью»

1 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Математика» заключается в расширении математического кругозора студентов, познакомив их с ролью математики в современном мире и возможностью использования математических методов в его дальнейшей работе; повышении общего уровня математической культуры, то есть развитии абстрактного и логического мышления; умении проводить простейший анализ количественной информации; умении использовать при решении практических задач математические методы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Математика» относится к вариативной части учебного плана.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПК-2. Способен находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы исследования

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: Системы линейных уравнений. Метод Гаусса. Определители, правило Крамера. Матричное исчисление. Векторная алгебра. Прямая на плоскости. Прямая и плоскость в пространстве. Кривые второго порядка.

Введение в анализ: Предел последовательности. Предел функции, замечательные пределы. Бесконечно малые, бесконечно большие. Непрерывность. Основные теоремы о непрерывных функциях. Производная, дифференциал. Приложения. Основные теоремы дифференциального исчисления. Исследование функций. Построение графиков.

Функции многих переменных: Частные производные и дифференциал. Приложения. Производная сложной функции. Частные производные высших порядков. Экстремум функции многих переменных.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: ст. преподаватель каф. ФАиП _____ Е.В. Филинова

Заведующий кафедрой ФАиП _____ В.Д. Бурков

Председатель УМК _____ Ж.В. Латышева
направления 42.03.01

Директор ИПМФИ _____ К.С. Хорьков

Дата 28.08.2019



АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Теория культуры»

Направление 42.03.01

1 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- знакомство с исследовательским полем теории культуры как научной дисциплины;
- знакомство с различными исследовательскими подходами, взглядами, школами наук о культуре;
- освоение категориального аппарата теоретической культурологии;
- знакомство с тенденциями и проблемами современного социокультурного развития;
- знакомство с культурным многообразием;
- формирование общей компетентности в межкультурном общении;
- формирование навыков индивидуальной и коллективной исследовательской работы;
- формирование навыков практического применения полученных знаний в области теории культуры.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Теория культуры» входит в число дисциплин вариативной части основной профессиональной образовательной программы.

Курс «Теория культуры» имеет логические и содержательно-методологические взаимосвязи с такими дисциплинами ОПОП, как «Философия», «Общая социология», «Теория коммуникации и массовой информации», «Управление коммуникацией в многоконфессиональной среде», «Социальная реклама».

Сформированные данной дисциплиной компетенции необходимы студентам для более углублённого освоения целого ряда общепрофессиональных и специальных дисциплин, а также для проведения научно-исследовательских работ.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-3	частичное	Знать: многообразие достижений культуры. Уметь: использовать многообразие достижений культуры. Владеть: способами использования многообразия достижений культуры в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов.
ПК-2	частичное	Знать: способы поиска необходимой информации.

	Уметь: анализировать необходимую информацию. Владеть: качественными методами исследования.
--	---

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Введение в теоретическое исследование культуры. Представления о культуре в современной науке

Раздел 2. Типология культуры: массовая, элитарная, народная культура

Раздел 3. Семиотическая концепция культуры. Знаки и символы

Раздел 4. Художественная культура и искусство

Раздел 5. Аксиологическая концепция культуры. Ценности

Раздел 6. Антропологический подход к осмыслению культуры. Культура и этнос. Культурные универсалии

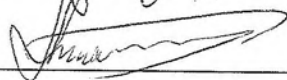
Раздел 7. Культура и коммуникация. Межкультурная коммуникация

Раздел 8. Реклама как социокультурное явление. Социокультурные функции рекламы

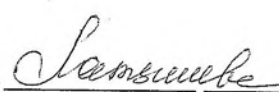

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачёт.

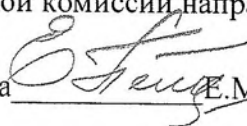
6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЁТНЫХ ЕДИНИЦ – 2.

Составитель: Михайлова Н.В. 

Заведующий кафедрой 

Председатель

учебно-методической комиссии направления 42.03.01  

Директор института 

Е.М. Петровичева

Дата: 11.09.2019

Печать института



2018

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

8 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.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Социальные сети как инструмент коммуникации» находится в вариативной части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-4 – способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ПК-14 – способность работать с большими объемами информации.

ПК-16 – владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернете.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Коммуникация как процесс и структура. Коммуникация в интернете как основа рекламы и связей с общественностью. Роль и значение социальных сетей как инструмента коммуникации в современном обществе. Генезис национальных и международных социальных сетей. Типология социальных сетей. Особенности аудиторий национальных и международных социальных сетей. Основные принципы работы с аудиторией. Правовые и этические аспекты работы в социальных сетях. Вопросы информационной безопасности. Ключевые показатели эффективной работы в социальных сетях. Контент. Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях. Особенности продвижения в социальных сетях. Реклама в социальных сетях. Оценка эффективности мероприятий в социальных сетях.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 3 зач.е.

Составитель: ст. препод. Смылова Л.В. *См*

Заведующий кафедрой ЖРСО *Лат* Ж.В. Латышеева
ФИО, подпись

Председатель учебно-методической комиссии направления *Лат*

Директор института *Петр* Е.М. Петровичева Дата: 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Интернет как современная площадка для рекламной и PR-деятельности

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

6 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Интернет как современная площадка для рекламной и PR-деятельности» является формирование у студентов целостного представления о назначении, формах, методах, технологиях рекламы и PR в сети Интернет, изучение основных способов проведения рекламных и PR-кампаний в интернете, развитие рекламных кампаний и PR-деятельности в Интернете.

Задачами курса являются:

- изучение теорий и практик рекламы и PR в Интернете;
- изучение специфики рекламной и PR-деятельности в интернете;
- обобщить и классифицировать технологии проведения рекламы и PR в Интернете;
- раскрыть роль и значение деятельности PR-специалиста в рекламной и PR-деятельности в интернете.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Интернет как современная площадка для рекламной и PR-деятельности» относится к вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Современные приемы и технологии воздействия на массовое сознание», «Социальные сети как инструмент коммуникации», «Интернет-СМИ», «Методы политических исследований» и т.п.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-1	частичное	Знать систему документооборота; Уметь вести документацию по проектам и работам, вести документооборот; Владеть способностью ведения документации по проектам и работам, вести документооборот.
ПК-16	частичное	Знать специфику организационной работы со СМИ; Уметь инициировать публикации, работать с информационными партнерами и т.п.; Владеть способностью организовать взаимодействие со СМИ.

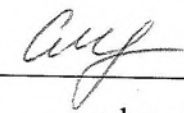
ПК-18	частичное	Знать особенности коммуникационной работы с акционерами, инвесторами; Уметь выстраивать онлайн- и офлайн-коммуникации с акционерами, инвесторами; Владеть способностью выстраивать онлайн- и офлайн-коммуникации с акционерами, инвесторами;
ПК-19	частичное	Знать модели коммуникации в области рекламы и связей с общественностью; Уметь формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации. Владеть способностью формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

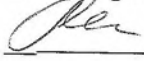
1. Роль интернете в рекламной и PR-деятельности.
2. Реклама в Интернете.
3. Связи с общественностью в Интернете. Формы и площадки для осуществления коммуникации.
4. Подготовка проведения рекламной или PR-кампании в сети Интернет.
5. Аудитория сети Интернет. Принципы медиапланирования в сети Интернет.
6. Управление взаимоотношениями с интернет-аудиторией. Управление проблемами. Мониторинг информации.
7. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы связей с общественностью в Интернете.
8. Рекламные возможности социальных сетей в рекламной и PR-деятельности. SMM-продвижение.
9. Оценка эффективности рекламных и PR-кампаний в сети Интернет.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

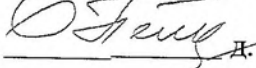
6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: ст. преподаватель Смыслова Л.В. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф.

 ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ИНТЕРНЕТ-СМИ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

8 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Интернет-СМИ» является ознакомление студентов со спецификой Интернет-СМИ, их функционированием и использованием в рекламной и PR-деятельности.

Задачами курса являются:

1. изучение специфики, организации работы интернет-СМИ;
2. изучение типологии интернет-СМИ;
3. изучение крупных новостных агрегаторов в деятельности интернет-СМИ;
4. изучение использования интернет-СМИ в деятельности PR-специалиста.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Интернет-СМИ» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Стратегия и тактика использования СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Корпоративные коммуникации», «Исследовательские методы в рекламе и связях с общественностью» и т.п.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-7	частичное	Знать особенности своей профессиональной деятельности; Уметь учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; Владеть способностью учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.
ПК-14	частичное	Знать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта; Уметь организовать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта; Владеть способностью организовать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта.

ПК-16	частичное	Знать особенности взаимодействия со СМИ; Уметь организовать взаимодействие со СМИ; Владеть способностью организовать взаимодействие со СМИ.
-------	-----------	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Интернет-СМИ в рекламе и связях с общественностью.
2. Типология интернет-СМИ.
3. Организация работы интернет-СМИ.
4. Пользовательский контент новых медиа и журналистика.
5. Особенности исследований интернет-СМИ.
6. Законодательное регулирование интернет среды.
7. Крупнейшие новостные агрегаторы.
8. Онлайн-версии печатных СМИ. Сайты телевизионных каналов и радиоканалов
9. PR-технологии и интернет-СМИ.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: ст. преподаватель Смыслова Л.В. *Смыслова*

Заведующий кафедрой ЖРСО *Латышева* д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии *Латышева* Латышева Ж.В., зав. каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
GR как инструмент взаимодействия с органами государственной власти
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

7 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- изучение профессиональной терминологии;
- изучение методов формирования имиджа;
- изучение технологии управления репутацией;
- приобретение навыков разработки проектов формирования имиджа.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «GR как инструмент взаимодействия с органами государственной власти» находится в вариативной части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Пререквизиты дисциплины:

Связи с общественностью как современная технология управления обществом
 Влияние межконфессиональных отношений на систему коммуникации и массовой информации
 Политические процессы и современность
 Системный анализ социальных процессов

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-17. Способен выстраивать коммуникации с представителями органов власти	<i>полностью</i>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы коммуникации с представителями органов власти. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выстраивать коммуникации с представителями органов власти. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами коммуникации с представителями органов власти.
ПК-19. Способен формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и	<i>частично</i>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной

горизонтальной коммуникации		коммуникации. Владеть: - приемами формирования и развития системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации.
-----------------------------	--	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ

- Принципы взаимодействия власти и общества.
- GR-взаимодействие: формы и виды.
- GR-взаимодействие: структура коммуникаций.
- GR-менеджмент: цели и задачи.
- GR-менеджмент: уровни взаимодействия.
- GR-департамент: основные функции.
- GR- взаимодействие с разными типами организаций.
- Лоббирование как вид GR-взаимодействия.
- Особенности российского GR-взаимодействия.

5. ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 6

Составитель: *С.Ю. Соколова* доцент кафедры ЖРСО Соколова С.Ю.

Заведующий кафедрой ЖРСО *Ж.В. Латышева* д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель Учебно-методической комиссии *Ж.В. Латышева* Латышева Ж.В., зав.каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
IR как инструмент взаимодействия организации с инвесторами
 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 7 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- изучение профессиональной терминологии;
- изучение системы работа с инвесторами как группой общественности;
- приобретение навыков установления контактов с инвесторами.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «IR как инструмент взаимодействия организации с инвесторами» находится в вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Пререквизиты дисциплины:

Информационные технологии в гуманитарных и социальных науках
 Компьютерная графика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<i>частично</i>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способами отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
ПК-22. Способен формулировать ключевые послания и сообщения	<i>частично</i>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила формулирования ключевые послания и сообщения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать ключевые послания и сообщения. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами формулирования ключевые послания и сообщения.

4. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ

Инвесторы как группа общественности
IR как система взаимодействия с инвесторами
Работа с инвесторами как коммуникационный процесс
Правила установления контактов с инвесторами
PR-инструменты для установления связей с инвесторами

5. ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: Prof доцент кафедры ЖРСО Соколова С.Ю.

Заведующий кафедрой ЖРСО Prof д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель Учебно-методической комиссии Prof Латышева Ж.В., зав.каф.
ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
Массовая информация как объект рекламы и связей с общественностью
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
2 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- изучение закономерностей функционирования массовой информации в обществе;
- ознакомление с особенностями возникновения и развития теорий массовой информации как социального процесса;
- ознакомление с возникновением и развитием журналистики как вида деятельности;
- анализ особенностей журналистского творчества, ознакомление с жанровой спецификой журналистики;
- ознакомление студентов с методами исследования массовой информации;
- ознакомление с технологиями организации и проведения коммуникационных и информационных кампаний.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебный курс «Массовая информация как объект рекламы и связей с общественностью» входит в базовую часть образовательной программы бакалавриата и логически и методически связан с учебными дисциплинами «Коммуникация как основа рекламы и связей с общественностью», «Реклама как вид профессиональной деятельности», «Связи с общественностью как современная технология управления обществом».

Для успешного освоения курса «Массовая информация как объект рекламы и связей с общественностью» студент должен иметь представления о закономерностях развития общественных отношений и основах теории коммуникации, иметь начальные представления о деятельности СМИ.

Учебный курс «Массовая информация как объект рекламы и связей с общественностью» необходим как предшествующий изучению дисциплин «Управление коммуникацией в многоконфессиональной среде», «Стратегия и тактика использования СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Медиапланирование», «Блогосфера как площадка для PR-деятельности», «Немедийные коммуникации».

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

- запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);

2) Уметь:

- учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и

экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК- 5);

3) Владеть:

- способностью работать с большими объемами информации (ПК-14).

4. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ

Массовое общество и массовая информация как социальные явления.

Теории массового общества и массовой информации.

Глобализация информационных процессов и информационное общество.

Правовые и этические аспекты регулирования массовой информации.

Система СМИ: печать, радио, телевидение, интернет.

Массовая аудитория: сущность, типологизация. Журналистский корпус как ключевая аудитория.

Жанровые разновидности журналистского текста.

Информационные и коммуникационные кампании: общее и особенное.

Особенности организации и проведения информационных и коммуникационных кампаний.

5. ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 6

Составитель: *С.Ю. Соколова* доцент кафедры ЖРСО Соколова С.Ю.

Заведующий кафедрой ЖРСО *Ж.В. Латышева* д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель Учебно-методической комиссии *Ж.В. Латышева* Латышева Ж.В., зав.каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Немедийные коммуникации

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

4 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- изучить особенности немедийных коммуникаций как вида;
- выявить возможности использования немедийных коммуникаций при организации коммуникационных, информационных и PR-кампаний;
- продолжить знакомство с профессиональными технологиями.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

Пререквизиты дисциплины:

Коммуникация как основа рекламы и связей с общественностью

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-5- способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	частично	Знать: - существенные характеристики целевой аудитории потребителей; Уметь: - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ; Владеть: - методами выявления факторов, определяющих потребительский спрос на продукцию СМИ.
ПК-22 – способен формулировать ключевые послания и сообщения	частично	Знать: - правила формулирования ключевых посланий и сообщений; Уметь: - формулировать ключевые послания и сообщения; Владеть: - способами формулирования ключевых посланий и

4. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ

- Типы и виды коммуникации
- Медийная и немедийная коммуникация: общее и особенное
- Немедийная коммуникация как вид коммуникации
- Виды немедийных коммуникаций
- Характеристика целевых аудиторий при немедийной коммуникации
- Журналистский корпус как одна из целевых аудиторий немедийной коммуникации
- Специальные мероприятия для немедийной коммуникации
- Немедийная коммуникация в рекламе
- Немедийная коммуникация в связях с общественностью

5. ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: Риз доцент кафедры ЖРСО Соколова С.Ю.

Заведующий кафедрой ЖРСО Рез д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель Учебно-методической комиссии Рез Латышева Ж.В., зав.каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

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

- получение навыков проведения PR-мероприятий;
- получение навыков подготовки PR-текстов.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

Пререквизиты дисциплины:

Связи с общественностью как современная технология управления обществом

Влияние межконфессиональных отношений на систему коммуникации и массовой информации

Политические процессы и современность

Системный анализ социальных процессов

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<i>частично</i>	Знать: - нормы русского языка. Уметь: - создавать коммуникационный продукт в соответствии с нормами русского языка. Владеть: - приемами создания коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского языка.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в	<i>частично</i>	Знать: - потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Уметь:

профессиональной деятельности		- отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Владеть: - приемами реагирования на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
ПК-7. Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-кампаний	частично	Знать: - признаки концептуальных и стратегических документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний. Уметь: - разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний. Владеть: приемами разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-кампаний.
ПК-22. Способен определять каналы передачи контента	частично	Знать: - особенности каналов передачи контента. Уметь: - определять каналы передачи контента. Владеть: определения каналов передачи контента.

4. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ

PR-документы и PR-мероприятия как элементы связей с общественностью

PR-мероприятие: общее и особенное

Виды PR-мероприятий

PR-мероприятия с участием СМИ. PR-мероприятия без участия СМИ. Массовые PR-мероприятия

Планирование и организация PR-мероприятий

Эффективность PR-мероприятий

PR-документ: общее и особенное. Виды PR-документов

PR-документы для СМИ

PR-документы для госструктур. PR-документы для общественности

5. ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 5

Составитель: Руж доцент кафедры ЖРСО Соколова С.Ю.

Заведующий кафедрой ЖРСО Лат д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель Учебно-методической комиссии Лат Латышева Ж.В., зав.каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и связи с общественностью в истории человеческой деятельности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- изучение истории рекламы и связей с общественностью в России и зарубежных странах;
- ознакомление с особенностями профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- знакомство с профессиональной терминологией.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в истории человеческой деятельности» находится в базовой части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Для успешного освоения курса «Реклама и связи с общественностью в истории человечества» студент должен иметь представления о закономерностях развития общественных отношений.

Учебный курс «Реклама и связи с общественностью в истории человечества» необходим как предшествующий изучению дисциплин «Основы рекламы» и «Общая теория связей с общественностью».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	частично	Знать: <ul style="list-style-type: none">- закономерности развития рекламы и связей с общественностью;- основные профессиональные термины. Уметь: <ul style="list-style-type: none">- определять тенденции развития рекламы и связей с общественностью в разные эпохи;- вычленять основные характеристики этапов развития рекламы и связей с общественностью;- анализировать национально-исторические особенности развития рекламы и связей с общественностью. Владеть: <ul style="list-style-type: none">- приемами исторического анализа особенностей развития рекламы и связей с общественностью.

4. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ

Коммуникативная революция как основа периодизации истории РСО
РСО между первой и второй коммуникативными революциями
РСО между второй и третьей коммуникативными революциями
РСО между третьей и четвертой коммуникативными революциями
РСО в эпоху четвертой коммуникативной революции
РСО – современная технология управления обществом

5. ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 10

Составитель: *С.Ю. Соколова* доцент кафедры ЖРСО Соколова С.Ю.

Заведующий кафедрой ЖРСО *Ж.В. Латышева* д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель Учебно-методической комиссии *Ж.В. Латышева* Латышева Ж.В., зав. каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Теория имиджа и управление репутацией
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
7 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- изучение профессиональной терминологии;
- изучение методов формирования имиджа;
- изучение технологии управления репутацией;
- приобретение навыков разработки проектов формирования имиджа.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Теория имиджа и управление репутацией» находится в базовой части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Пререквизиты дисциплины:

Связи с общественностью как современная технология управления обществом
Влияние межконфессиональных отношений на систему коммуникации и массовой информации
Политические процессы и современность
Системный анализ социальных процессов

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	частично	Знать: - тенденции развития общественных и государственных институтов Уметь: - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов Владеть: - методами освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах тенденций развития общественных и государственных институтов
ОПК-4. Способен отвечать на запросы	частично	Знать: - потребности общества и аудитории в

и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности		профессиональной деятельности. Уметь: - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Владеть: - приемами реагирования на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
ПК-2. Способен находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы исследования	частично	Знать: - количественные и качественные методы исследования. Уметь: - находить и анализировать необходимую информацию. Владеть: - количественными и качественными методами исследования.

4. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ

Имидж как категория связей с общественностью
 Структура имиджа
 Имиджирование как процесс
 Формирование имиджа персоны
 Формирование имиджа организации
 Формирование имиджа государства
 Приемы управления имиджем
 Имидж и репутация
 Приемы управления репутацией

5. ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: Риз доцент кафедры ЖРСО Соколова С.Ю.

Заведующий кафедрой ЖРСО Лат д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель Учебно-методической комиссии Лат Латышева Ж.В., зав.каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление событиями

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

7 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- изучить особенности события как элемента коммуникационного процесса;
- познакомиться с основными приемами управления событиями;
- изучить роль случайного события как риска;
- познакомиться со способами предотвращения или блокировки случайных событий.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

Пререквизиты дисциплины:

Связи с общественностью как современная технология управления обществом
Влияние межконфессиональных отношений на систему коммуникации и массовой информации
Политические процессы и современность
Системный анализ социальных процессов

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-14. Способен работать с большими объемами информации	<i>частично</i>	Знать: - правила работы с большими объемами информации. Уметь: - работать с большими объемами информации. Владеть: - приемами работы с большими объемами информации.
ПК-17. Способен анализировать структурированную и неструктурированную информацию	<i>частично</i>	Знать: - понятия «структурированная и неструктурированная информация». Уметь: - анализировать структурированную и неструктурированную информацию. Владеть: - приемами анализа структурированной

ПК-21. Способен Моделировать (описывать) бизнес-процессы	частично	неструктурированной информации. Знать: - методы моделирования процессов. Уметь: - моделировать социальные процессы. Владеть: - методами моделирования социальных процессов.
ПК-23. Владеет методиками оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании	частично	Знать: - методы оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании. Уметь: - оценивать результаты информационной, коммуникационной и PR-кампании. Владеть: - методами оценки результатов информационно коммуникационной и PR-кампании.

4. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ

Событие как элемент коммуникационного процесса.
 Ситуация как совокупность событий.
 Событие как изменение ситуации. Субъекты изменения ситуации.
 Типология событий. Основные и второстепенные события. Случайные события как фактор риска.
 Составляющие процесса управления событиями: обнаружение событий, фильтрация, приоритизация, корреляция, составление плана реагирования.
 Мониторинг событий как метод оценки ситуации.
 Планирование событий как способ управления ситуацией.
 Моделирование событий как способ прогнозирования развития ситуации.
 Event-индустрия как вид профессиональной деятельности.

5. ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ – зачет с оценкой

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: Р.С. доцент кафедры ЖРСО Соколова С.Ю.

Заведующий кафедрой ЖРСО Л.В. д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель Учебно-методической комиссии Л.В. Латышева Ж.В., зав.каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

4 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Коммуникации в политических и общественных организациях» является изучение специфики коммуникаций в политических и общественных организациях.

Задачи:

1. изучение сущности коммуникации;
2. изучение коммуникации в политических организациях;
3. изучение коммуникации в общественных организациях;
4. изучение коммуникационных моделей современных связей с общественностью;
5. изучение коммуникации в органах государственной власти.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникации в политических и общественных организациях» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Коммуникация как основа рекламы и связей с общественностью», «Приемы работы с разными группами общественности в кризисных ситуациях», «Социальные сети как инструмент коммуникации», «Корпоративные коммуникации».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-2	частичное	<p>Знать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктов</p> <p>Уметь учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктов.</p>

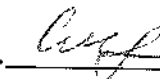
ПК-5	частичное	<p>Знать факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>Уметь выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>Владеть способностью выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.</p>
------	-----------	--

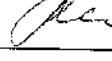
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

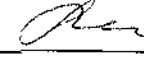
1. Коммуникации на современном этапе развития общества. Сущность. Структура. Значение.
2. Разновидности коммуникаций.
3. Коммуникации в политических организациях. Виды, модели, средства политической коммуникации. Стратегии политической коммуникации.
4. Политическая реклама и PR.
5. Коммуникации в общественных организациях.
6. Роль лидера в коммуникациях общественной организации.
7. Установление внешних связей с организациями-партнёрами и органами государственной власти.
8. Установление внутренних связей в общественной организации.
9. Коммуникации в органах государственной власти.


5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: ст. преподаватель Смылова Л.В. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  д. ф. н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ СОВРЕМЕННЫХ СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

4 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Коммуникационные модели современных связей с общественностью»: выявление профессиональных моделей PR-коммуникации, характерных для современного этапа развития профессиональной деятельности по связям с общественностью.

Задачи:

1. Изучение коммуникационных моделей современных связей с общественностью;
2. Поиск актуальных возможностей практического применения современных коммуникационных моделей в сфере связей с общественностью;
3. Выявление современных тенденций современного общества в способности реализации и создания коммуникационного продукта;
4. Анализ современных медиатекстов и медиапродуктов;
5. Выявление факторов, влияющих на потребительский спрос на медиапродукцию.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникационные модели современных связей с общественностью» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Коммуникации в политических и общественных организациях», «Приемы работы с разными группами общественности в кризисных ситуациях», «Социальные сети как инструмент коммуникации», «Корпоративные коммуникации».

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>

ОПК-2	частичное	<p>Знать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктов</p> <p>Уметь учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах, коммуникационных продуктов.</p>
ПК-5	частичное	<p>Знать факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>Уметь выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>Владеть способностью выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.</p>

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Понятие модели в области связей с общественностью. Односторонние и двусторонние модели коммуникации в связях с общественностью.
2. Модель «информационное агентство» и приемы реализации моделей.
3. Механизмы создания эффективных PR-материалов. Виды и жанры PR-текстов. Пресс-релиз, бэкграундер, кейс-стори, письмо первого лица, комментарий депутата, биография, обзорная, аналитическая и авторская статья.
4. Модель «информирование общественности» и приемы реализации моделей.
5. «Двусторонняя асимметричная» модель коммуникации связей с общественностью и приемы реализации моделей
6. Модель «двусторонней симметричной», или сбалансированной модели коммуникации и приемы реализации моделей.
7. Каналы связи с целевыми аудиториями. Использование информационных технологий в реализации моделей коммуникации в области связей с общественностью.
8. Области применения коммуникационных моделей в СО. Осуществление коммуникационных моделей связей с общественностью органами государственной власти, в т.ч. органом законо-дательной власти и в коммерческой сфере.
9. Коммуникационные модели эффективной рекламы.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: ст. преподаватель Смыслова Л.В. *Л.В. Смыслова*

Заведующий кафедрой ЖРСО *Ж.В. Латышева* д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии *Ж.В. Латышева* Латышева Ж.В., зав. каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИЯ КАК ОСНОВА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2 семестр

1.ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Коммуникация как основа рекламы и связей с общественностью» является изучение студентами такого явления как коммуникация в системе общественных отношений, координации данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области рекламы и связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

- 1.изучить основы коммуникативного знания, рассмотреть вопросы методологии коммуникативных процессов, структуру;
- 2.изучить проблемы развития теории коммуникации;
- 3.исследовать различные виды, уровни, эффекты коммуникации.
- 4.уделить особое внимание видам профессионально- ориентированной коммуникации, коммуникации в области рекламы и связей с общественностью.

2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникация как основа рекламы и связей с общественностью» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Массовая информация как объект рекламы и связей с общественностью», «Реклама как вид профессиональной деятельности», «Системный анализ социальных процессов» и т.п.

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
УК-2	частичное	Знать правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения Уметь определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Владеть способностью определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Составитель: ст. преподаватель Смылова Л.В. Смылова

Заведующий кафедрой ЖРСО Латышева д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии Латышева Латышева Ж.В., зав. каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

8 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации» является изучение приемов работы с разными группами общественности в кризисной ситуации, теоретических основ, 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.

Задачами курса являются:

- 1.изучить приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации;
- 2.изучить основы антикризисного PR;
- 3.изучение и классификация целевых аудиторий;
- 4.изучить механизмы работы с целевыми аудиториями в кризисной ситуации;
- 5.разработка программ стабилизации общественного мнения в кризисной ситуации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Особенности управления корпоративными отношениями», «Социальные сети как инструмент коммуникации», «Интернет-СМИ», «Методы политических исследований» и т.п.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-4	частичное	Знать механизмы работы с запросами и потребностями общества и аудитории в профессиональной деятельности. Уметь отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Владеть способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

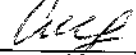
ПК-22	частичное	Знать структуру, особенности создания ключевых посланий и сообщений. Уметь формулировать ключевые послания и сообщения. Владеть способностью формулировать ключевые послания и сообщения.
ПК-23	частичное	Знать методы оценки результатов информационной, коммуникативно и PR-деятельности Уметь оценивать результаты информационной, коммуникативно и PR-деятельности Владеть методиками оценки результатов информационной, коммуникативно и PR-деятельности

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


1. Введение в дисциплину. Основные принципы «Антикризисного PR».
2. Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.
3. Команда экстренного реагирования. Кризисный план.
4. Методы и приемы передачи сообщения в условиях кризиса.
5. Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий.
6. Приемы работы с разными группами общественности в кризисной ситуации
7. Работа с СМИ в кризисных ситуациях Черный» и «белый» PR.
8. Виды сопутствующих мероприятий при кризисном управлении. Инструменты PR в поле кризисного управления.

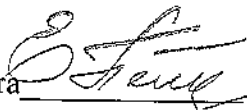
5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: ст. преподаватель Смыслова Л.В. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф.

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

Дата: 11.09.2019

Печать инстит



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Разработка программ стабилизации общественного мнения

и управление кризисными ситуациями

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

8 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения 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.

Задачами курса являются:

изучить основы антикризисного PR;

изучение и классификация целевых аудиторий;

изучить механизмы работы с целевыми аудиториями в кризисной ситуации;

разработка программ стабилизации общественного мнения в кризисной ситуации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Разработка программ стабилизации общественного мнения и управление кризисными ситуациями» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Особенности управления корпоративными отношениями», «Социальные сети как инструмент коммуникации», «Интернет-СМИ», «Методы политических исследований» и т.п.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-7	частичное	Знать особенности создания документов в области маркетинг, информационные, коммуникационные и PR-кампаний Уметь разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинг, информационные, коммуникационные и PR-кампаний Владеть способностью разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинг, информационные, коммуникационные и PR-кампаний

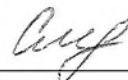
ПК-13	частичное	Знать план работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнение в зависимости от квалификации Уметь составлять план работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнение в зависимости от квалификации Владеть способностью составлять план работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнение в зависимости от квалификации
ПК-22	частичное	Знать структуру, особенности создания ключевых посланий и сообщений. Уметь формулировать ключевые послания и сообщения. Владеть способностью формулировать ключевые послания и сообщения.
ПК-23	частичное	Знать методы оценки результатов информационной, коммуникативно и PR-деятельности Уметь оценивать результаты информационной, коммуникативно и PR-деятельности Владеть методиками оценки результатов информационной, коммуникативно и PR-деятельности

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

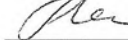
1. Введение в дисциплину. Основные принципы «Антикризисного PR».
2. Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.
3. Команда экстренного реагирования. Кризисный план.
4. Методы передачи сообщения в условиях кризиса.
5. Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий.
6. Психологические особенности кризисной ситуации.
7. Работа с СМИ в кризисных ситуациях Черный» и «белый» PR.
8. Виды сопутствующих мероприятий при кризисном управлении. Инструменты PR в поле кризисного управления.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: ст. преподаватель Смылова Л.В. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф.

 ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ
УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВОМ**

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

4 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины

- познакомить с профессиональной терминологией;
- изучить особенности связей с общественностью как технологии управления;
- дать определение и характеристику общественности;
- изучить особенности использования различных каналов коммуникации;
- выявить основные характеристики способов взаимодействия с различными группами общественности.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Связи с общественностью как современная технология управления обществом» находится в базовой части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Пререквизиты дисциплины:

- Реклама и связи с общественностью в истории человеческой деятельности;
- Коммуникация как основа рекламы и связей с общественностью;
- Массовая информация как объект рекламы и связей с общественностью.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и

экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

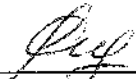
ПК-7. Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-кампаний

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Основные понятия связей с общественностью как технологии управления.
2. Общественность как социальное явление. Виды общественности.
3. Основные организационные структуры в системе общественных связей.
4. PR, GR, HR, IR как виды деятельности по связям с общественностью.
5. Правовое и этическое регулирование связей с общественностью.
6. Каналы выхода на целевые аудитории. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
7. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения.
8. Роль связей с общественностью в формировании корпоративной культуры.
9. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью
10. PR-документы
11. PR-мероприятия
12. Имидж и управление репутацией.
13. Связи с общественностью в кризисных ситуациях.
14. Связи с общественностью в защите имиджа от негативной информации в СМИ (информационная безопасность)
15. Роль исследований в связях с общественностью

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен


6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 6

Составитель: доц. каф. ЖРСО Соколова С.Ю. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф.

 ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать инстит



Составитель: ст. преподаватель Сударкина Е.Ю. Суд

Заведующий кафедрой ЖРСО Лат д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии Лат Латышева Ж.В., зав. каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

5 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: изучение технологии медиапланирования, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.

Задачи освоения содержания дисциплины:

1. Знакомство студентов с основами теории массовых коммуникаций;
2. Знакомство студентов с основными понятиями рекламного медиапланирования и формирование у них первичных умений в составлении медиапланов.
3. Отработка практических навыков работы по стратегическому медиапланированию.
4. Формирование навыков работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками медиапланирования.
5. Формирование представления о сущности и структуре основных документов медиапланирования.
6. Освоение приемов и принципов составления медиапланов, основываясь на конкретно заданных параметрах

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

Пререквизиты дисциплины: «Исследовательские методы в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой коммуникации», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-1	Полное	Знать: современные информационно-коммуникационные технологии. Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии.

		Владеть: современными информационно-коммуникационными технологиями.
ПК-2	<i>Полное</i>	Знать: профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах Уметь: работать с большим объёмом информации Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-14	<i>Полное</i>	Знать: инфраструктуру коммуникации и участников проекта. Уметь: организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта. Владеть: способностью организовать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Медиапланирование: понятие, функции и принципы построения
2. Исследования в медиапланировании
3. Медиапланирование в маркетинге
4. Управление системами медиа и разработка медиа стратегий
5. Основные и производные медиахарактеристики

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: ст. преподаватель Никешин А.А. _____

Заведующий кафедрой ЖРСО _____ д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии _____ Латышева Ж.В., зав. каф.

_____ ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ДИЗАЙН РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

5 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование общих представлений о месте дизайна в процессе производства рекламного продукта; о направлениях деятельности и об основных функциях рекламного дизайна; формирование конкретных представлений о специфике различных видов рекламы, основных рекламных стратегиях, о принципах проектирования эстетически привлекательной рекламы, о приемах и методах визуализации рекламных образов; формирование и развитие системы профессиональных знаний и умений по созданию объектов рекламного дизайна.

Задачи освоения содержания дисциплины:

1. Формирование представления о месте и роли дизайна в процессе производства рекламы;
2. Изучение направлений деятельности рекламного дизайна и его основных функций;
3. Освоение требований к деятельности дизайнера в рекламном процессе;
4. Формирование знаний о сущности и специфике рекламы как сферы применения дизайна;
5. Раскрытие особенностей дизайна в различных видах рекламы;
6. Освоение принципов проектирования эстетически привлекательной рекламы;
7. Изучение приемов и методов эффективной визуализации рекламных образов;
8. Формирование представлений о корпоративной культуре, фирменном стиле организации, его основных элементах;
9. Изучение основных средств рекламного дизайна;
10. Совершенствование навыков анализа лучших образцов рекламного творчества для оценки эффективности дизайнерского решения;
11. Развитие навыков эффективного использования технических средств и прикладных программ в процессе проектирования рекламной продукции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Дизайн рекламного продукта» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Реклама», «Реклама как вид профессиональной деятельности», «Компьютерная графика».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-4	<i>Полное</i>	<p>Знать: психологические аспекты формирования и применения технологий в сфере связей с общественностью и рекламы;</p> <p>Уметь: отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть: 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</p>
ОПК-5	<i>Полное</i>	<p>Знать: тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p> <p>Уметь: учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p> <p>Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных компаний.</p>
ПК-8	<i>Полное</i>	<p>Знать: основные виды исследований в рекламной деятельности; творческую сторону рекламной деятельности; типы рекламных агентств</p> <p>Уметь: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации</p> <p>Владеть: инструментами разработки и создания рекламных материалов; приемами использования звука, цвета и движения в рекламе; навыками написания рекламных текстов; методами оценки рекламных материалов.</p>
ПК-16	<i>Полное</i>	<p>Знать: систему СМИ региона.</p> <p>Уметь: СМИ (инициирование публикаций, работа с информационными партнерами и пр.) - создавать информационные поводы.</p> <p>Владеть: навыками установления контактов с журналистским корпусом.</p>

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
7. Особенности внешних рекламных конструкций
8. Внешний образ публичной фигуры в СМИ

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: ст. преподаватель Никешин А.А. _____

Заведующий кафедрой ЖРСО _____ д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии _____ Латышева Ж.В., зав. каф.

ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
МЕТОДЫ ПОЛИТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

8 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование системного представления о методологии и методике рационального познания и критического осмысления политических феноменов и процессов

Задачи освоения содержания дисциплины:

1. Усвоение основных принципов и подходов к прикладным политическим исследованиям;
2. Усвоение профессиональных, этических, и практических принципов прикладной политической науки;
3. Овладение основными методами и навыками ведения прикладных политических исследований,
4. Овладение практическими навыками применения политических технологий в исследовательских целях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Методы политических исследований» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Реклама и связи с общественностью в политике», «Политические процессы и современность», «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-2	Полное	Знать: профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах Уметь: работать с большим объёмом информации Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-6	Полное	<p>Знать: факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>Уметь: Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию исследования, владеть текстовым редактором для составления отчетов.</p> <p>Владеть: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p>
------	--------	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Введение в курс. Эволюция политической науки.
2. Современная политологическая парадигма
3. Современные политологические методики и школы
4. Основы современной политической методологии
5. Современные методы политических исследований
6. Прикладные методы обработки и анализа политической информации

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: ст. преподаватель Никешин А.А. _____

Заведующий кафедрой ЖРСО _____ д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии _____ Латышева Ж.В., зав. каф.

_____ ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

3 семестр

1.ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: ознакомление с историей возникновения и развития выставочной деятельности, ознакомление с особенностями организации выставок разного уровня. Курс 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.

Задачи освоения содержания дисциплины:

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

2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы выставочной деятельности» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Теория и практика массовой информации», «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

3.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
УК-3	Полное	Знать: правила социального взаимодействия; Уметь: осуществлять социальное взаимодействие; Владеть: Навыками реализации своей роли в команде
ПК-8	Полное	Знать: основные виды исследований в рекламной деятельности; творческую сторону рекламной деятельности; типы рекламных агентств; Уметь: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации;

		Владеть: инструментами разработки и создания рекламных материалов; приемами использования звука, цвета и движения в рекламе; навыками написания рекламных текстов; методами оценки рекламных материалов.
ПК-9	<i>Полное</i>	Знать: редакционные стандарты, форматы, жанры, стили в журналистском тексте (продукте); Уметь: контролировать соблюдение основ построения журналистского текста (продукта); Владеть: оптимальные способы решения поставленных целей, исходя их действующих норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
ПК-10	<i>Полное</i>	Знать: современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты. Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты. Владеть: способностью использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Введение в основы выставочной деятельности
2. Методология организации выставок.
3. Этапы исторической эволюции выставочного пространства. Стили и направления в выставочной деятельности.
4. Мировоззренческие выставочные концепции различных жанров и видов искусств.
5. Циклические выставочные проекты в России.
6. Циклические зарубежные выставочные проекты.
7. Создание концепции выставки.
8. Замысел, организация, формирование и завершение выставки.
9. Анализ проблем современной выставочной деятельности.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: ст. преподаватель Никешин А.А. _____

Заведующий кафедрой ЖРСО _____ д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии _____ Латышева Ж.В., зав. каф.

_____ ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
СОВРЕМЕННЫЕ ПРИЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВОЕ
СОЗНАНИЕ**

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

5 семестр

1.ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины Современные приемы и технологии воздействия на массовое сознание. Ознакомить студентов с содержанием социально - психологического феномена массового сознания, его значимостью в профессиональной деятельности.

Задачи: 1. Ознакомление с методологическими основами и методами исследований в области массовой коммуникации и воздействий на массовое сознание.

2. Ознакомление с современными приемами и технологиями воздействия на массовое сознание

2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Современные приемы и технологии воздействия на массовое сознание относится к базовой части образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Пререквизиты дисциплины: Особенности создания рекламных текстов, Связи с общественностью как современная технология управления обществом, Связи с общественностью, Современные технологии в рекламе и связях с общественностью.

Массовая информация как объект рекламы и связей с общественностью.

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции ¹	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
ОПК-4	частичный	Знать: профессионально важные качества и знания в сфере связей с общественностью. Уметь: развивать профессионально важные качества и знания в сфере связей с общественностью. Владеть: способностью отвечать запросам общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-7	частичный	Знать: критерии проявления социальной ответственности. Уметь: проявлять социальную ответственность.


		Владеть: способностью учитывать эффекты и последствия в профессиональной деятельности с принятием социальной ответственности.
ПК-14	частичный	Знать: психологические методы и технологии развития внимания, памяти, мышления. Уметь: развивать собственные познавательные психические процессы. Владеть: способностью работать с большим объемом информации

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Теория и практика психологических исследований в области массовой коммуникации и воздействий на массовое сознание.
2. Психические процессы и состояния в массовой коммуникации.
3. СМИ и массовое сознание: психологические аспекты взаимодействия.
4. Психологические эффекты массовой коммуникации.
5. Психология пропаганды.
6. Психология рекламного воздействия.
7. Психология слухов.
8. Психология моды.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет


6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: доцент Литвинова Н.Ю. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф.

ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы экономики

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

3 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов научного экономического мировоззрения и получение экономических знаний, навыков, умение их применять в различных сферах общественной жизни.

Задачи:

- дать представление об этапах развития экономической науки и основных экономических закономерностях.
- научить определять показатели эффективности деятельности организации;
- выработать интерес к основным экономическим проблемам, имеющим наиболее актуальное значение для современности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы экономики» относится к вариативной части.

Пререквизиты дисциплины: «Математика», «Философия».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
(ОПК-2) – владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	частичный уровень освоения компетенции	В результате освоения дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты образования: 1. Знать: - базовые экономические понятия для работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью 2. Уметь: - анализировать финансовую и экономическую информацию 3. Владеть: - знаниями и навыками анализа экономической информации в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
(ПК-2) - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	частичный уровень освоения компетенции	1. Знать: - методы организации и планирования экономической деятельности фирмы 2. Уметь: - организовывать и планировать свой бизнес 3. Владеть:

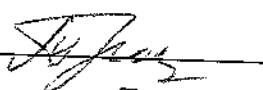
		- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
--	--	---

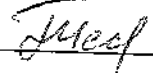
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


1. Концептуальные основы экономической науки
2. Рыночное равновесие (неравновесие) и экономическая политика государства.
3. Фирма в рыночной экономике
4. Национальная экономика и социально-экономическая политика государства

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет


6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: доцент Трофимова Г. А. 

Заведующий кафедрой  Тесленко И.Б.

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф.

ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 29.08.2019

Печать института



2018

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ЯЗЫК СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ И СМИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2 семестр

1. Цели освоения дисциплины

Формирование у студентов представлений о системе языковых и стилистических приемов, помогающих создать эффективный, качественный рекламный текст, и выработка умений по его созданию.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Язык современной рекламы и СМИ» относится к базовой части учебного плана. Для освоения дисциплины «Язык современной рекламы и СМИ» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Культура профессиональной речи», «Психология», «Социология».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-4: обладать способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

ОПК-1: создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

4. Содержание дисциплины

1. Медиатекст и язык публицистики
2. Лексика текстов рекламы и СМИ
3. Грамматика текстов рекламы и СМИ
4. Структурные особенности медиатекстов: языковая специфика заголовка
5. Средства выразительности в рекламе и текстах СМИ
6. Варианты языковой игры
7. Прецедентность в медиатекстах
8. Риторическая модальность текстов рекламы и СМИ
9. Приёмы речевого манипулирования
10. Речевая агрессия: способы выражения
11. Ошибки и недочеты в текста рекламы и СМИ
12. Специфика языка медиатекстов для разной целевой аудитории

5. Вид аттестации – зачет

6. Количество зачетных единиц – 3 зач.ед.

Составитель: ст. преподаватель Сударкина Е.Ю. *Е.Ю. Сударкина*

И.о. заведующего кафедрой ЖРСО *Ж.В. Латышева* Ж.В. Латышева

Председатель учебно-методической комиссии направления *Ж.В. Латышева* Ж.В. Латышева
ФИО, подпись

Директор института *Е.М. Петровичева* Е.М. Петровичева

Печать института

Дата: 11.09.2019



2018

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Социальная реклама

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

5 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ изучение студентами генезиса развития социальной рекламы, особенностей воздействия, создания и распространения социальной рекламы, применяемая с целью распространения духовных, нравственных и социальных ценностей; изучение сущности, видов и функций социальной рекламы; изучение истории развития и применения социальной рекламы; изучение законодательных и этических основ деятельности в сфере социальной рекламы; изучение психологических приемов воздействия социальной рекламы на массовое сознание; изучение технологий создания социальной рекламы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Социальная реклама» относится к базовой части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-3 – способностью осуществлять социальные взаимодействия и реализовать свою роль в команде.

ОПК-2 – способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиапродуктах.

ОПК-4 – способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сущность социальной рекламы и история развития социальной рекламы в России и за рубежом. Роль социальной рекламы в жизни общества. Современная законодательная база создания и распространения социальной рекламы. Психологические приемы воздействия социальной рекламы на массовое сознание. Виды социальной рекламы. Организация деятельности по созданию социальной рекламы. Спонсоринг. Приемы и особенности создания социальной рекламы. Разработка творческой идеи по созданию социальной рекламы. Каналы размещения социальной рекламы. Государство и социальная реклама. Экономическая и коммуникативная эффективность рекламных кампаний. Методические приемы определения эффективности социальной рекламы. Обзор примеров социальной рекламы.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2 зач.е.

Составитель: старший преподаватель ЖРСО Смылова Л.В. *С.С.*

Заведующий кафедрой ЖРСО *Л.В.* Ж.В. Латышева
ФИО, подпись

Председатель
учебно-методической комиссии направления *Л.В. Матюшева П.В.*
ФИО, подпись

Директор института *Е.М. Петровичева* Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

3 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Особенности создания рекламных текстов» является ознакомление студентов с рекламным текстом как текстом особого типа.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний о фонетических, графических, лексических, морфологических, синтаксических и стилистических особенностях современной рекламы;
- ознакомление с системой письменных форм рекламных коммуникаций (текстов) и особенностями их структуры, композиции;
- формирование умений и навыков применения на практике полученных знаний.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Особенности создания рекламных текстов» относится к базовой части учебного плана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Реклама», «Реклама как вид профессиональной деятельности», «Язык современной рекламы и СМИ», «Массовая информация как объект рекламы и связей с общественностью», «Общая психология».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-1	полное	<i>Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов;</i> <i>Уметь: создавать медиатексты, медиапродукты и медиапослания с использованием тенденций развития государственных институтов;</i> <i>Владеть: навыками построения текста.</i>
ОПК-4	полное	<i>Знать: основные понятия, теоретические концепции рекламного текста; особенности функционирования рекламного текста, жанры и композицию рекламы; языковые особенности рекламных текстов;</i> <i>Уметь: использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационные продукты;</i>

		<i>Владеть: нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</i>
ОПК-5	<i>полное</i>	<i>Знать: психологические аспекты формирования и применения технологий в сфере связей с общественностью и рекламы; Уметь: отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; Владеть: 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</i>
ОПК-22	<i>полное</i>	<i>Знать: особенности каналов передачи контента. Уметь: определять каналы передачи контента. Владеть: определения каналов передачи контента.</i>

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Рекламный текст как особая сфера деловой коммуникации
2. Рекламный текст. Его жанры
3. Печатная реклама как особый вид текста
4. Функциональные разновидности языка рекламы
5. Функционирование рекламных средств в рекламном тексте
6. Речевая норма в рекламе
7. Средства речевой выразительности в рекламном тексте
8. Игровые техники в рекламных текстах
9. Гендерный аспект современной рекламы
10. Современная теле/видео реклама

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: асс. Куликова Н.А. Куликова

Заведующий кафедрой ЖРСО Латышева д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии Латышева Латышева Ж.В., зав. каф.

Латышева ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ РЕКЛАМА КАК ВИД ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

- изучение студентами основных концепций и методов разработки рекламной продукции, организации и проведения рекламных кампаний, а также контроля их эффективности.

Задачи освоения содержания дисциплины:

- изучение теоретических основ рекламного дела как научной и учебной дисциплины;

- анализ стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением рекламной деятельностью, достижением высокой результативности рекламных кампаний;

- рассмотрение роли и функций основных участников и составляющих рекламного процесса;

- знакомство с практическими формами и методами организации и реализации рекламных кампаний; обобщение современного зарубежного и отечественного опыта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Реклама, как вид профессиональной деятельности» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Реклама», «Реклама и связи с общественностью в истории человеческой деятельности», «Философия», «Особенности создания рекламных текстов», «Социальная реклама».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-1	полное	<i>Знать: основные понятия, теоретические концепции рекламного текста; особенности функционирования рекламного текста, жанры и композицию рекламы; языковые особенности рекламных текстов;</i> <i>Уметь: создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами</i>

		<p>русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;</p> <p>Владеть: навыками построения и аргументации собственной точки зрения.</p>
ОПК-4	полное	<p>Знать: психологические аспекты формирования и применения технологий в сфере связей с общественностью и рекламы;</p> <p>Уметь: отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть: 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;</p>
ОПК-5	полное	<p>Знать: Специфику рекламной деятельности на российском культурном рынке;</p> <p>Уметь: использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>Владеть: оценкой государственной культурной политики, связанной с сохранением художественно-культурного, культурно-исторического и природного Наследия.</p>
ОПК-7	полное	<p>Знать: основные виды исследований в рекламной деятельности; творческую сторону рекламной деятельности; типы рекламных агентств;</p> <p>Уметь: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации;</p> <p>Владеть: инструментами разработки и создания рекламных материалов; приемами использования звука, цвета и движения в рекламе; навыками написания рекламных текстов; методами оценки рекламных материалов.</p>

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Институт рекламы
2. Реклама и общество
3. Реклама и средства массовой коммуникации

4. Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью
 5. Планирование рекламных компаний.
 6. Творческие аспекты рекламной деятельности
 7. Влияние рекламы как социального института
 8. Производство социальных проблем рекламными средствами
 9. Реклама в современном обществе
- 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен**
- 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 5**

Составитель: асс. Куликова Н.А. *Куликова*

Заведующий кафедрой ЖРСО *Латышева* д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии *Латышева* Латышева Ж.В., зав. каф.

Петровица ЖРСО, д.ф.н., профессор.

Директор института *Петровица* д. ф. н., профессор, Петровица Е.М.

Дата: 11.09.2019



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
СОВРЕМЕННЫЕ ПРИЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВОЕ
СОЗНАНИЕ**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

5 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины Современные приемы и технологии воздействия на массовое сознание. Ознакомить студентов с содержанием социально - психологического феномена массового сознания, его значимостью в профессиональной деятельности.

Задачи: 1. Ознакомление с методологическими основами и методами исследований в области массовой коммуникации и воздействий на массовое сознание.

2. Ознакомление с современными приемами и технологиями воздействия на массовое сознание

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Современные приемы и технологии воздействия на массовое сознание» относится к базовой части образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Пререквизиты дисциплины: Особенности создания рекламных текстов, Связи с общественностью как современная технология управления обществом, Связи с общественностью, Современные технологии в рекламе и связях с общественностью.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции ¹	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-4	частичный	Знать: профессионально важные качества и знания в сфере связей с общественностью. Уметь: развивать профессионально важные качества и знания в сфере связей с общественностью. Владеть: способностью отвечать запросам общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-7	частичный	Знать: критерии проявления социальной ответственности. Уметь: проявлять социальную ответственность.


		Владеть: способностью учитывать эффекты и последствия в профессиональной деятельности с принятием социальной ответственности.
ПК-14	частичный	Знать: психологические методы и технологии развития внимания, памяти, мышления. Уметь: развивать собственные познавательные психические процессы. Владеть: способностью работать с большим объемом информации

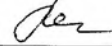
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

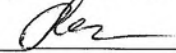
1. Теория и практика психологических исследований в области массовой коммуникации и воздействий на массовое сознание.
2. Психические процессы и состояния в массовой коммуникации.
3. СМИ и массовое сознание: психологические аспекты взаимодействия.
4. Психологические эффекты массовой коммуникации.
5. Психология пропаганды.
6. Психология рекламного воздействия.
7. Психология слухов.
8. Психология моды.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

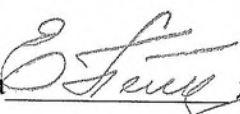
6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: доцент кафедры ПЛиСП Литвинова Н.Ю. 

Заведующий кафедрой ЖРСО  д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В., зав. каф.

ЖРСО, д.ф.н., профессор.

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

Дата: 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
PR-технологии в современных международных отношениях
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
7 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «PR-технологии в современных международных отношениях» является изучение особенностей использования PR-технологий в современных отношениях и координация данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области рекламы и связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

1. понимать природу современных международных отношений;
2. выявлять основные факторы и тенденции развития мировых политических процессов;
3. критически оценивать различные теоретические школы и подходы, существующие в данной области;
4. уметь применять теоретические знания для анализа текущих проблем мировой политики;
5. уметь анализировать PR-технологии, используемые в современных международных отношениях

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «PR-технологии в современных международных отношениях» относится к вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «GR как инструмент взаимодействия с органами власти», «Стратегия использования СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Политические процессы и современность» и т.п.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-2	частичное	Знать закономерности развития рекламы и связей с общественностью Уметь анализировать национально-исторические особенности развития рекламы и связей с общественностью Владеть приемами освещения общественных и государственных институтов
ОПК-5	частичное	Знать политические и экономические механизмы функционирования правовых и этических норм регулирования макрокоммуникационных систем региона, страны и мира Уметь использовать знания о тенденциях развития макрокоммуникационных систем региона, страны и мира в своей профессиональной деятельности

		Владеть навыками оценки тенденций развития макрокоммуникационных систем региона, страны и мира
ПК-2	Частичное	Знать основные количественные и качественные методы исследования Уметь находить и анализировать необходимую информацию Владеть основными количественными и качественными методами исследования

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Информация в международных отношениях: введение в тему.

Непубличная информация

Медиа и публичная информация в международных отношениях.

Мягкая сила” как способ включения информационного инструмента в международные отношения

Информация и технологии

Медиа в глобальном мире

Информационная открытость

Информационная безопасность

Научная информация

История международных отношений и ее влияние на современную внешнюю политику

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - ЭКЗАМЕН

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 7

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

Заведующий кафедрой ЖРСО Литвинова Н.Ю. Литвинова Н.Ю.

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Литвинова Н.Ю. Литвинова Н.Ю.

Директор института Петровичева Е.М. Е.М. Петровичева

Дата: 11.09.2019



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

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью» является изучение студентами особенностей использования социологических методов в рекламе и связях с общественностью, координации данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области рекламы и связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

1. изучить требования, предъявляемые к научному исследованию;
2. изучить методологические, организационные основы исследовательской деятельности;
3. изучить требования к представлению результатов социологического исследования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

Пререквизиты дисциплины: «Метод опроса в рекламе и связях с общественностью», «Социологические методы в рекламе и связях с общественностью», «Методы политических исследований» и т.п.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-2	Частичное	Знать основные количественные и качественные методы исследования Уметь находить и анализировать необходимую информацию Владеть основными количественными и качественными методами исследования
ПК-5	Частичное	Знать факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ Уметь выявлять существенные характеристики целевой аудитории Владеть приемами выявления существенных характеристик целевой аудитории
ПК-6	частичное	Знать основные требования, предъявляемые к составлению аналитических отчетов Уметь проводить презентацию результатов исследования Владеть текстовыми редакторами для составления отчета

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

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 В.С.

Заведующий кафедрой ЖРСО Литвинова Н.Ю. Литвинова Н.Ю.

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Литвинова Н.Ю. Литвинова Н.Ю.

Директор института Петровица Е.М.

Е.М. Петровица

Дата: 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
Блогосфера как площадка для PR-деятельности
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
5 семестр

3. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Блогосфера как площадка для PR-деятельности» является изучение студентами особенностей использования блогосферы как площадки для PR-деятельности координация данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области рекламы и связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

4. изучить специфику PR-кампании, методов планирования PR-кампании исходя из типа товара, потребителя, состояния рынка и имеющегося бюджета;
5. получить практические навыки в планировании бюджета, распределении его по медиа-каналам и осуществлении анализа эффективности рекламной деятельности;
6. изучить возможности использования блогосферы как площадки для PR-деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Блогосфера как площадка для PR-деятельности» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Стратегия и тактика использования СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Интернет как современная площадка для рекламной и PR-деятельности», «Контекстная реклама» и т.п.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП 14 16 22

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-14	частичное	Знать основные принципы работы с большими объемами информации Уметь работать с большими объемами информации Владеть основами работы с большими объемами информации
ПК-16	частичное	Знать правила коммуникации в сети Интернет Уметь осуществлять мониторинг информации в сети Интернет Владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации
ПК-22	частичное	Знать правила формулирования целей и задач послания и сообщения Уметь формулировать цели и задачи послания и сообщения исходя из информационного повода Владеть методами формулирования целей и задач послания и сообщения

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Взаимодействие пользователя с рекламой в Интернет. Рекламные носители в Интернет
Сайт, как инструмент PR-деятельности. Классификация сайтов.

Поисковые системы и каталоги

PR - в сети. Аудитория сети Интернет. Принципы медиапланирования в сети

История развития блогосферы как площадки PR-деятельности

Способы продвижения в блогосфере

Этапы продвижения бренда в блогосфере

Проблемы продвижения в блогосфере

Оценка эффективности PR- кампаний.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - ЗАЧЕТ

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

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

Заведующий кафедрой ЖРСО Литвинова Н.Ю. Литвинова Н.Ю.

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с
общественностью» Литвинова Н.Ю. Литвинова Н.Ю.

Директор института Петровичева Е.М. Е.М. Петровичева

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Брендинг

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

6 семестр

4. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Брендинг» является создать у студентов представление о построении и управлении брендом и координация данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области рекламы и связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

6. сформировать у студентов представление о структуре и тенденциях развития рынка услуг по рекламе и связям с общественностью в России и за рубежом;
7. сформировать представление о технологиях построения бренда;
8. сформировать представление о технологиях управления брендом.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Брендинг» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Реклама как вид профессиональной деятельности», «Основы выставочной деятельности», «Социальная реклама» и т.п.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-4	частичное	Знать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Уметь отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Владеть методами определения ценностей и ожиданий целевых аудиторий
ПК-16	частичное	Знать правила коммуникации в сети Интернет Уметь осуществлять мониторинг информации в сети Интернет Владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации
ПК-21	частичное	Знать особенности протекания бизнес-процессов Уметь моделировать (описывать) бизнес-процессы Владеть навыками моделирования бизнес-процессов
ПК-24	частичное	Знать особенности инфраструктуры коммуникации и информационного обмена Уметь организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена

		Владеть основами организации инфраструктуры коммуникации и информационного обмена между участниками проекта
--	--	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Бренд в системе PR-деятельности

Особенности формирования брендов на различных типах рынков

Аналитические процедуры в брендинге

Позиционирование бренда

Идентичность бренда

Формирование атрибутов бренда: функциональных и содержательных

Разработка моделей брендов

Формирование комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в брендинге

Стратегические задачи управления брендом

Изучение развития брендов

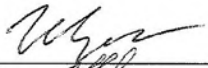
Марочные стратегии Растяжение и расширение бренда

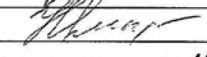
Формирование программ лояльности клиентов

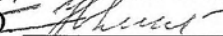
Функциональные обязанности бренд-менеджера

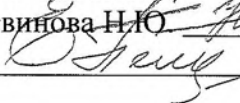
5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - ЗАЧЕТ, КР

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

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

Заведующий кафедрой ЖРСО Литвинова Н.Ю. 

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Литвинова Н.Ю. 

Директор института  Е.М. Петровичева

Дата: 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Контекстная реклама

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

6 семестр

5. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Контекстная реклама» является изучение студентами особенностей использования контекстной рекламы и координация данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области рекламы и связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

7. изучить специфику рекламной деятельности, методов планирования рекламной деятельности исходя из типа товара, потребителя, состояния рынка и имеющегося бюджета;
8. получить практические навыки в планировании бюджета, распределении его по медиа-каналам и осуществлении анализа эффективности рекламной деятельности;
9. изучить возможности использования контекстной рекламы при продвижении товара.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Контекстная реклама» относится к вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Стратегия и тактика использования СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Интернет как современная площадка для рекламной и PR-деятельности», «Блогосфера как площадка для PR-деятельности» и т.п.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-8	частичное	Знать комплекс маркетинговых коммуникаций Уметь использовать комплекс маркетинговых коммуникаций Владеть навыками интеграции средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
ПК-22	частичное	Знать правила формулирования целей и задач послания и сообщения Уметь формулировать цели и задачи послания и сообщения исходя из информационного повода Владеть методами формулирования целей и задач послания и сообщения

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Взаимодействие пользователя с рекламой в Интернет. Рекламные носители в Интернет
PR - в сети. Аудитория сети Интернет. Принципы медиапланирования в сети
Основы контекстной рекламы

Основы рекламы в Google AdWords и Реклама в поисковой сети Google
Контекстно-медийная сеть Google и видеореклама в Google
Мобильная реклама в Google AdWords и Google. Покупки
Основы рекламы в «Яндекс.Директ»
Особенности использования «Яндекс.Директ»
Эффективность контекстной рекламы «Яндекс.Директ»

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - ЗАЧЕТ

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

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

Заведующий кафедрой ЖРСО Литвинова Н.Ю. Литвинова Н.Ю.

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Литвинова Н.Ю. Литвинова Н.Ю.

Директор института Петровица Е.М. Е.М. Петровица

Дата: 11.09.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
Метод опроса в рекламе и связях с общественностью
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
4 семестр

6. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Метод опроса в рекламе и связях с общественностью» является изучение особенностей использования метода опроса в рекламе и связях с общественностью, координации данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области рекламы и связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

10. изучить требования, предъявляемые к научному исследованию;
11. изучить методологические, организационные основы исследовательской деятельности;
12. изучить требования к представлению результатов социологического исследования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Метод опроса в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Социологические методы в рекламе и связях с общественностью», «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью», «Методы политических исследований» и т.п.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-2	Частичное	Знать основные количественные и качественные методы исследования Уметь находить и анализировать необходимую информацию Владеть основными количественными и качественными методами исследования
ПК-5	Частичное	Знать факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ Уметь выявлять существенные характеристики целевой аудитории Владеть приемами выявления существенных характеристик целевой аудитории
ПК-6	Частичное	Знать основные требования, предъявляемые к составлению аналитических отчетов Уметь проводить презентацию результатов исследования Владеть текстовыми редакторами для составления отчета

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 – ЭКЗАМЕН

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 5

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

Заведующий кафедрой ЖРСО Литвинова Н.Ю. Литвинова Н.Ю.

Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с
общественностью» Литвинова Н.Ю. Литвинова Н.Ю.

Директор института Петровичева Е.М. Е.М. Петровичева

Дата: 11.09.2019

Печать института



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

7. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Социологические методы в рекламе и связях с общественностью» является изучение студентами особенностей использования социологических методов в рекламе и связях с общественностью, координации данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области рекламы и связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

13. изучить требования, предъявляемые к научному исследованию;
14. изучить методологические, организационные основы исследовательской деятельности;
15. изучить требования к представлению результатов социологического исследования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Социологические методы в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Метод опроса в рекламе и связях с общественностью», «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью», «Методы политических исследований» и т.п.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
ПК-1	частичное	Знать современные информационно-коммуникационные технологии Уметь использовать специализированные программные продукты при проведении социологических исследований Владеть специализированными программными продуктами
ПК-2	Частичное	Знать основные количественные и качественные методы исследования Уметь находить и анализировать необходимую информацию Владеть основными количественными и качественными методами исследования
ПК-5	Частичное	Знать факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ Уметь выявлять существенные характеристики целевой аудитории Владеть приемами выявления существенных характеристик целевой аудитории
ПК-6	частичное	Знать основные требования, предъявляемые к составлению аналитических отчетов

Уметь проводить презентацию результатов исследования
Владеть текстовыми редакторами для составления отчета

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Структура и уровни социологического знания. Соотношение теории и методологии в социологическом исследовании
Понятийный аппарат социологии в парадигме современного социологического знания.
Роль концептуальных моделей в социологических исследованиях
Виды социологического исследования
Программа и план социологического исследования
Логический анализ основных понятий концептуальной модели социологического исследования
Измерение социальных явлений
Выборочный метод в прикладной социологии
Методы опроса
Метод наблюдения
Метод фокус групп
Метод контент-анализа данных
Биографический метод
Тестирование
Метод экспертной оценки
Социологический эксперимент
Методы социометрии
Измерение социальных установок
Использование статистических данных
Обобщение результатов социологического исследования в рекламе и связях с общественностью
Объяснение результатов социологического исследования
Подготовка социологического отчета, разработка рекомендаций в рекламе и связях с общественностью

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - ЭКЗАМЕН

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 6

Составитель: Доц. каф. ЖРСО Щитко В.С. _____
Заведующий кафедрой ЖРСО Литвинова Н.Ю. _____
Председатель учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Литвинова Н.Ю. _____
Директор института _____ Е.М. Петровичева
Дата: 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ (наименование дисциплины)

42.03.01

(код направления подготовки)

1 семестр

(семестр)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины «Общая психология»:

Дать обзор основных психологических теорий и направлений; ознакомить с научно-методологической базой, лежащей в основе психологических исследований; познакомить с современными тенденциями в отечественной и зарубежной психологии (Л.С. Выготский, С.Л. Рубинштейн, Б.Г. Ананьев, А.Н. Леонтьев, З. Фрейд, К. Юнг, А. Адлер, Б. Скиннер, А. Маслоу, К. Роджерс и др.); сформировать научные представления о психических процессах, свойствах и состояниях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Общая психология» Б1.В.03 входит в базовую часть учебного плана по направлению 42.03.01 - реклама и связи с общественностью. Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями государственного стандарта направления 42.03.01- **Реклама и связи с общественностью**. Изучение дисциплины базируется на знаниях, полученных студентами в процессе изучения курса «Философия».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В результате освоения дисциплины «Общая психология» Б1.В.03 обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

знать основные исторические этапы развития психологии, основные психологические понятия, общую характеристику психических процессов, свойств, состояний;

уметь проявлять навыки психологической саморегуляции, самопознания, личностного роста;

владеть психологическими основы работы отделов рекламы и связи с общественностью (ОПК-2, ПК-2);

ОПК-2 Способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиaproдуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ПК-2 Способность находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы исследования.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в проблемное поле психологической науки

История становления психологии как науки

Проблема развития психики в онтогенезе и филогенезе

Психические процессы

Психические свойства

Психические состояния

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – Зачет.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2 зачетные единицы.

Составитель: _____ *Литвинова* _____ к.пс.н., доцент Литвинова Н.Ю.

Заведующий кафедрой «Психология личности и
специальная педагогика» _____ *Филатова* _____ к. пс. н., доцент Филатова О.В.

Председатель учебно-методической комиссии
направления _____ *Петровичева* _____

Директор Гуманитарного института _____ *Петровичева* _____ Е.М. Петровичева Дата: 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Компьютерная графика

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

3 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. Пререквизиты дисциплины является дисциплина «Современные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «теория коммуникаций и массовой информации», «Математика».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции (ОПК-6; ПК-1; ПК-8):

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности (ОПК-6); методы и информационные и технологии и программные средства представления графической информации при решении задач профессиональной деятельности (ПК-1); современные принципы производства рекламного продукта (ПК-8).

Уметь: выбирать современные информационные технологии и программные средства для представления информации в своей информационной деятельности (ОПК-6); представлять графическую информацию при решении задач профессиональной деятельности (ПК-1); выполнять анализ и формализацию требований; разрабатывать технические спецификации на рекламный продукт (ПК-8).

Владеть: навыками применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства для представления информации в своей информационной деятельности (ОПК-6); применения современных информационных технологий и программных средств для представления графической информации при решении задач профессиональной деятельности (ПК-1); применения методов и приемов формализации задач; проектирования рекламного продукта (ПК-8).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

1. Основные понятия. История развития компьютерной графики.
2. Визуальное мышление. Когнитивные особенности визуального мышления.

3. Инфографика, технологии создания.
4. Основы композиции. Методы и средства создания..
5. Форматы графических слайдов.
6. Цвет и цветовосприятие, цветовые модели.
7. Технологии web-дизайна. Принципы компоновки и алгоритм создания web-сайта.
8. Графические редакторы как средства подготовки графических материалов рекламного характера.
9. Этапы создания печатной рекламной продукции.

5.ВИД АТТЕСТАЦИИ - экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ-3

Составитель: доц. Озерова М.И. _____

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

Председатель учебно-методической комиссии _____ д. фил. н. Латышева Ж.В.

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

Дата: 21.06.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Философия

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Философия» включена в базовую часть раздела учебного плана направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ


- УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
- УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах


4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


Предмет философии. Функции философии. Две фундаментальные философские проблемы. Основные идеи и проблемы философской антропологии. Основные понятия социальной философии. Основные подходы к решению социально-философских проблем. Предмет и основные понятия гносеологии. Их значение. Проблемное поле современной философии науки. Предмет и основные понятия онтологии. Основные онтологические законы, принципы и модели.

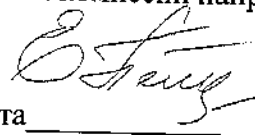
5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 3 зач.е.

Составитель: ст. преподаватель Зубков С.А. 

Заведующий кафедрой Фир  Аринин Е.И.

Председатель
учебно-методической комиссии направления  Латышева Ж.В.

Директор института  Е.М. Петровичева Дата: 31.08.2018

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-5 – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском аспектах.

Знать:

- Основные факты, причинно-следственную связь событий в истории России (УК-5);
- Базовые исторические источники по основным проблемам курса (УК-5);
- Содержаний важнейших событий по истории России с древнейших времен по начало XXI века в рамках изучаемых проблем (УК-5);
- Культурное наследие нашего отечества (УК-5).
- Основные точки зрения, существующие в исторической науке по изучаемым в дисциплине аспектам

Уметь:

- Устанавливать основные этапы, направления, особенности и итоги развития России (УК-5);
- Объяснять содержание основных исторических терминов и понятий; анализировать фактический материал по курсу (УК-5);
- Отбирать и на начальном уровне анализировать базовые исторические источники (УК-5);

Владеть:

- навыками самостоятельной работы с историческими источниками анализа специальной литературы, публичных выступлений (УК-5).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ИСТОРИЯ»

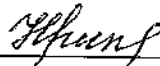
1. История как наука. Восточные славяне в древности
2. Основные тенденции развития Древнерусского государства IX-XII веков.
3. Борьба с иноземными захватчиками. Эпоха централизации.
4. Россия в XVII в.
5. Реформы в России XVIII века.
6. Основные тенденции развития России в первой половине XIX века.
7. 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. 

Заведующий кафедрой ИАиК  Тихонов А.К.

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

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

Дата: 31.08.2018

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая социология

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Общая социология» являются ознакомление студентов с основными понятиями социологической теории. В процессе изучения дисциплины формируются представления о структуре общества и его проблемах; понимание роли социологии в системе общественных наук и ее взаимодействия с естественными науками. Курс направлен на формирование у студентов умений и навыков анализа социальных процессов и явлений на основе научных данных. Овладение базовыми социологическими знаниями способствует не только развитию аналитических способностей, но и помогает ориентироваться в современном обществе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Общая социология» включена в базовую часть учебного плана. Она непосредственно связана с дисциплинами «История», «Философия» и опирается на освоенные при изучении данных дисциплин знания и умения.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Общая социология» будет способствовать формированию следующих компетенций предусмотренных государственным образовательным стандартом:

ОПК-2 Способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

- основных представителей классического этапа развития социологической мысли (ОПК-2);
- природу общества как целостной саморегулирующей системы (ОПК-2);
- основные этапы культурно-исторического развития обществ (ОПК-2);
- эволюцию социальных институтов, обеспечивающих воспроизводство общественных отношений (ОПК-2).

2) Уметь:

- объективно и комплексно оценивать проблемы и тенденции развития современных обществ (ОПК-2);
- понимать роль и место личности в системе общественных отношений (ОПК-2);
- анализировать основные проблемы стратификации современных обществ, определять статусные характеристики различных социальных групп (ОПК-2);

3) Владеть:

- навыками поиска и анализа информации об окружающей социальной среде (ОПК-2);
- навыками поиска взаимообусловленности различных социальных явлений и проблем (ОПК-2).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Социология как наука об обществе

Социологическое исследование

Культура и общество

Социализация личности

Статус и социальные роли личности

Социальный контроль и социальные отклонения

Социальные институты и их функции в обществе

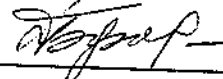
Социальная стратификация и социальная мобильность

Социальные группы и их общественная роль

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачёт с оценкой

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2/72

Составитель: доцент Орлик Е.Н. 

Заведующий кафедрой социологии Баранова Л.М. 

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

Директор института Е.М. Петровичева  Дата: 31.08.2018

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Политология

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

5 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины Политология являются:

1. Знакомство с выработанными человечеством социально-политическими знаниями, связанными с глубинными основаниями человеческой цивилизации.
2. Освоение политических знаний и культуры, которые нужны, независимо от профессиональной принадлежности, любому человеку, т.к., в первую очередь, он гражданин своей страны.
3. Изучение мира политического во всей его структурной сложности актуально для молодых граждан России в период радикальных преобразований во всех сферах общества и изменения самой социально-политической системы.
4. Владение массовой политической грамотностью, которая помогает противостоять деспотии и тоталитаризму, манипуляциям сознанием и поведением граждан.
5. Укоренение демократических традиций и демократической культуры, которые являются единственными эффективными институтами контроля за незаконными действиями власти.
6. Формирование демократической гражданской позиции на основе умения самостоятельно мыслить и принимать сознательное участие в политической жизни.
7. Повышение общего гуманитарного и культурного уровня, необходимой составной частью которого является политология.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Политология» относится к вариативной части (Б1.В.ОД.3).

В рамках данной дисциплины находят практическую реализацию теоретические и практические проблемы, изучению которых посвящены следующие теоретические и практические курсы: «Философия», «История», «Общая социология».

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования.

ОПК-2 Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

ПК-2 Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

Знать:

- основные политологические термины и закономерности социально-политических процессов, необходимых для успешной работы в отделах рекламы и связей с общественностью (ОПК-2).

Уметь:

- применять знание закономерностей функционирования политических институтов при формировании навыков по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2).

Владеть:

- политологическими знаниями и навыками управления деятельностью отделов рекламы и связей с общественностью, а также - фирмы (ОПК-2; ПК-2).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Политология как наука

Генезис политической науки

Носители политической власти

Номенклатура в СССР и элита постсоветской России

Личность как субъект политики

Политические институты

Понятие политической системы

Правовое социальное государство и гражданское общество

Политические группы и режимы

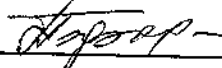
Личность в политических режимах

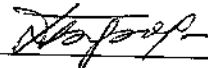
Политическая культура и этика в системе социальной регуляции


Нравственность, насилие и ненасилие в политической жизни

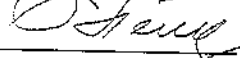
5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – ЗАЧЁТ С ОЦЕНКОЙ

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2/72

Составитель: к.ф.н., доц. Баранова Л.М. 

Заведующий каф. социологии Баранова Л.М. 

Председатель учебно-методической комиссии направления
42.03.01 Рекламы и связи с общественностью: 

Директор ГумИ  Е.М. Петровичева

Печать института

Дата: 31.08.2018



10

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «СИНЕРГИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССАХ»

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

профиль «Реклама и связи с общественностью»

3 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Синергия в социальных процессах» является формирование у студентов научного представления о кооперативных процессах и явлениях самоорганизации в открытых и неравновесных системах произвольной природы, а также обучение элементарными методами исследования нелинейных социально-экономических моделей. Задачами изучения дисциплины являются усвоение методов качественного анализа и формирование умений содержательно интерпретировать полученные результаты.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Синергия в социальных процессах» относится к вариативной части учебного плана (дисциплина по выбору).

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Частичное	Знать: основные понятия и способы применения дифференциальных уравнений и динамических систем; основные методы исследования неравновесных систем, модели, описывающие обменных процессов; модели функционирования малых социальных групп и методы их исследования. Уметь: применять математические методы для исследования поведения неравновесных социально-экономических систем. Владеть: приемами решения типовых организационно-управленческих задач в предметной области.
ПК-2. Способен находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы исследования	Частичное	Знать: основные понятия и способы применения дифференциальных уравнений и динамических систем; основные методы исследования неравновесных систем, модели, описывающие обменных процессов; модели функционирования малых социальных групп и методы их исследования. Уметь: применять математические методы для исследования поведения неравновесных социально-экономических систем. Владеть: приемами решения типовых организационно-управленческих задач в предметной области.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Обыкновенные дифференциальные уравнения первого порядка, как инструмент исследования. Примеры.

Тема 2. Применение качественной теории дифференциальных уравнений и локального анализа динамических систем в приложениях. Примеры.

Тема 3. Обменные процессы.

Тема 4. Динамика функционирования малых социальных групп.

Тема 5. Моделирование экономического развития.

Тема 6. Возникновение социальной организованности из биологической.

Тема 7. Моделирование процесса обучения.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2

Составитель: доцент каф. ФАиП _____  _____ А.С. Платов

Заведующий кафедрой ФАиП _____  _____ В.Д. Бурков

Председатель учебно-методической
комиссии направления 42.03.01 _____  _____ Ж.В. Латышева

Директор ИПМФИ _____  _____ К.С. Хорьков

Дата 11.09.2019



26

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТЕОРИЯ ИЗМЕРЕНИЙ И АНАЛИЗ ДАННЫХ»
 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
 профиль «Реклама и связи с общественностью»
 3 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Теория измерений и анализ данных» заключается в ознакомлении студентов с основами и приемами измерительных процедур в социологии, моделированием процессов управления в социальных системах, а также с современными пакетами программ, предназначенных для научного моделирования в социологии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Теория измерений и анализ данных» относится к базовой части учебного плана.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Частичное	Знать основные понятия теории оптимального управления, в том числе формулировки принципа максимума. Уметь применять принцип максимума для решения конкретных экономических задач Владеть навыками решения задач оптимального управления на уровне, позволяющем анализировать простейшие экономические проблемы.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет с оценкой

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: профессор каф. ФАиП _____ А.А. Малафеева

Заведующий кафедрой ФАиП _____ В.Д. Бурков

Председатель УМК и
 правления 42.03.01 _____ Ж.В. Латышева

Директор ИПМФ _____ К.С. Хорьков

Дата 11.09.2019



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

(название дисциплины)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код направления (специальности) подготовки)

4-й семестр

(семестр)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование у студентов навыков управления проектами на основе современных концепций, стандартов, методов, инструментов менеджмента проектов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина **Б1.В.ДВ.06.02** «Управление проектами в системе маркетинга» относится к дисциплинам по выбору.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-7 - Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-кампаний

ПК-13 - Способен составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации

ПК-24 - Способен организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в управление проектами в системе маркетинга

Тема 2. Процессы управления проектами. Инициация, планирование, исполнение проекта в системе маркетинга

Тема 3. Управление содержанием проекта в системе маркетинга

Тема 4. Управление проектом по временным параметрам в системе маркетинга

Тема 5. Управление стоимостью и поставками в проекте в системе маркетинга

Тема 6. Управление рисками и качеством проекта в системе маркетинга

Тема 7. Управление персоналом, стейкхолдерами, коммуникациями проекта в системе маркетинга

Тема 8. Корпоративная система и стандарты управления проектами в системе маркетинга

Тема 9. Программное обеспечение управления проектами в системе маркетинга

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – ЗАЧЕТ

экзамен, зачет, зачет с оценкой

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 2 ЗЕТ

Составитель: Деулина М.А.
должность, ФИО

Деулина М.А.
подпись

Заведующий кафедрой МН и МР Филимонова Н.М.
название кафедры, ФИО

Филимонова Н.М.
подпись

Председатель
учебно-методической комиссии направления

Майшева М.В.
ФИО

Майшева М.В.
подпись

Директор института

С.С.С.

Дата: 29.08.2019

Печать института



2018

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

(название дисциплины)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код направления (специальности) подготовки)

4-й семестр

(семестр)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование у студентов навыков управления проектами на основе современных концепций, стандартов, методов, инструментов менеджмента проектов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.01 «Управление проектами в системе маркетинга» относится к дисциплинам по выбору.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-7 - Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга, информационных, коммуникационных и PR-кампаний

ПК-13 - Способен составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации.

ПК-24 - Способен организовывать инфраструктуру коммуникации и информационного обмена между участниками проекта

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в управление проектами

Тема 2. Процессы управления проектами. Инициация, планирование, исполнение проекта

Тема 3. Управление содержанием проекта

Тема 4. Управление проектом по временным параметрам

Тема 5. Управление стоимостью и поставками в проекте

Тема 6. Управление рисками и качеством проекта

Тема 7. Управление персоналом, стейкхолдерами, коммуникациями проекта

Тема 8. Корпоративная система и стандарты управления проектами

Тема 9. Программное обеспечение управления проектами

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ –

ЗАЧЕТ

экзамен, зачет, зачет с оценкой

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ –

2 ЗЕТ

Составитель:

Деулина М.А.

должность, ФИО

Деулина М.А.
подпись

Заведующий кафедрой

МН и МР Филимонова Н.М.

название кафедры, ФИО

Филимонова Н.М.
подпись

Председатель

учебно-методической комиссии направления

Маяшвили М.В.

ФИО

Маяшвили М.В.
подпись

Директор института

Вадим

Дата: 29.08.2018



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2016

«Правоведение»

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

3 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРАВОВЕДЕНИЕ»

Цель освоения дисциплины «Правоведение»: приобретение студентами 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».

3. 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)
ОПК-5	Частичный	<p>Знать: особенности правового регулирования рекламной и PR деятельности; особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: 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.</p> <p>Владеть: навыками обращения с нормативно-правовой базой; правильными подходами к правовому регулированию отношений в области профессиональной деятельности;</p>
ПК-4	Частичный	<p>Знать: действующее законодательство соответствующей области рекламы и PR-деятельности; понятие, виды, способы, этапы и правила квалификации фактов и обстоятельств в соответствующих областях права.</p> <p>Уметь: применять полученные знания в профессиональной деятельности; составлять юридические и иные документы в соответствующей области права.</p> <p>Владеть: навыками составления юридической и служебной документации; навыками самостоятельного анализа правовой ситуации и применимых к ней правовых норм для правильной квалификации фактов и обстоятельств соответствующей области права.</p>


4. 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
- Тема 9. Основы экологического права
- 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет
- 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2 Зет / 72 ч.


Составитель:
ассистент кафедры

 /О.А. Цыганова/


Заведующий кафедрой

 /С.Н. Мамедов/

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

 /Ж.В. Латышева/

Согласовано:
Директор ГумИ

 /Е.М. Петровичева/

Дата: « 29 » 08 _____ 2019 г.

МП



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
Инвесторы как вид общественности
Направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 7 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- изучение профессиональной терминологии;
- изучение системы работа с инвесторами как группой общественности;
- приобретение навыков установления контактов с инвесторами.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Инвесторы как вид общественности» находится в вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Связи с общественностью как современная технология управления обществом»

3.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать:

- запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Уметь:

- отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Владеть:

- способами отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ПК-22. Способен формулировать ключевые послания и сообщения

Знать:

- правила формулирования ключевые послания и сообщения.

Уметь:

- формулировать ключевые послания и сообщения.

Владеть:

- приемами формулирования ключевые послания и сообщения.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Инвесторы как группа общественности
2. Система взаимодействия с инвесторами
3. Особенности работы с инвесторами.
4. Правила установления контактов с инвесторами.
5. PR-инструменты для установления связей с инвесторами

5.ВИД АТТЕСТАЦИИ - зачет

6.КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2


Составитель: доцент, к.филол. н.

С.Ю. Соколова

Заведующий кафедрой ЖРСО

Ж.В. Латышева

Председатель

учебно-методической комиссии направления 04.03.01  Ж.В.Латышева

Директор института

Е.М. Петровичева

Дата: 11.09.2019

Печать:



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Правовое регулирование рекламное и PR-деятельности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

3 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью данного учебного курса является формирование правосознания и правовой культуры студента, воспитание у них умения юридически грамотно оценивать поведение участников общественных отношений в сфере рекламной и деятельности, давать правовую оценку общественным явлениям и событиям. Студенты должны научиться самостоятельно, ориентироваться в системе законодательства в сфере рекламной и PR- деятельности, связанных с применением права.

Задачами дисциплины:

- формирование у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков в области права в сфере рекламной и РК-деятельности;
- формирование у студентов достаточного уровня правовой культуры, позволяющей эффективно трудиться в сфере рекламной и РК-деятельности, хорошо ориентироваться в проблемах современного цивилизованного общества;
- выработки у студентов положительной мотивации к самостоятельной работе и самообразованию.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Правовое регулирование рекламной и PR-деятельности» 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: История, Основы философии.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
ОПК-5	Частичный	Знать: особенности правового регулирования рекламной и PR деятельности; особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности. Уметь: 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. Владеть: навыками обращения с нормативно—правовой базой; правильными подходами к правовому регулированию отношений в области профессиональной деятельности;
ПК-4	Частичный	Знать: действующее законодательство соответствующей области рекламы и PR деятельности; понятие, виды, способы, этапы и правила квалификации фактов и обстоятельств в соответствующих областях права.

		<p>Уметь: применять полученные знания в профессиональной деятельности; составлять юридические и иные документы в соответствующей области права.</p> <p>Владеть: навыками составления юридической и служебной документации; навыками самостоятельного анализа правовой ситуации и применимых к ней правовых норм для правильной квалификации фактов и обстоятельств соответствующей области права.</p>
--	--	---


4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Предмет, задачи и значение курса «Правовое регулирование рекламной и PR-деятельности»
2. Понятие и общие требования к рекламе.
3. Специальные требования к отдельным видам рекламы.
4. Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения.
5. Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг.
6. Гражданско-правовые отношения рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Договоры в сфере рекламы.
7. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности.
8. Авторское право и смежные права в рекламе.
9. Юридическая ответственность в сфере рекламы

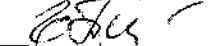
5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2 з.е.

Составитель:  ассистент кафедры ГПУТД Цыганова О.А.

Заведующий кафедрой ГПУТД  Мамедов С.Н.

Председатель Учебно-методической комиссии  Латышева Ж.В.

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

Дата: 29.08.2019

Печать института



АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Математическое моделирование социальных процессов

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

3 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 и программными средствами, предназначенными для научного моделирования таких явлений и процессов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Математическое моделирование социальных процессов» относится к курсам по выбору математического и естественнонаучного цикла. 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 и использовании исходных данных при компьютерном моделировании.

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.

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

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

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
УК-1	Частичное	Знать: существующие подходы к моделированию социальных процессов Уметь: применить методы математического моделирования для анализа эффективности рекламы и воздействий на социальные процессы Владеть: системным подходом к решению поставленных задач
ПК-2	Частичное	Знать: различные методы исследования социальных процессов Уметь: находить и анализировать необходимую информацию Владеть: методами количественного и качественного исследования объектов и процессов
ПК-11	Частичное	Знать: существующие подходы к моделированию социальных процессов Уметь: применить методы математического моделирования для анализа эффективности рекламы и воздействий на социальные процессы Владеть: системным подходом к решению поставленных задач

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Математическое моделирование как метод познания.
2. Дискретные модели социальных процессов
 - 2.1 .Интегрированные функции.
 - 2.2.Временные ряды.
 - 2.3 Фракталы.
 - 2.4 Элементы теории игр.
3. Непрерывные модели социальных процессов.
 - 3.1 Дифференциальные уравнения.
 - 3.3 Популяционная динамика.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2 з.е.

Составитель: *Петренко И.А.* Доцент кафедры ФАиП Петренко И.А.

Заведующий кафедрой ФАиП *Бурков В.Д.* Бурков В.Д.

Председатель Учебно-методической комиссии *Латышева Ж.В.* Латышева Ж.В.

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

Дата: 11.09.2019

Печать института

