

АННОТАЦИЯ Учебной дисциплины «Введение в имиджелогию»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Введение в имиджелогию»:

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «История»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «История»:

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Компьютерные диагностические системы»

Направление подготовки: 42.03.1 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Компьютерные статистические системы»:

- 5) формирование у студентов теоретических представлений о статистических методах обработки данных;
- 6) формирование у студентов практических навыков применения статистических методов обработки в исследованиях;
- 7) формирование у студентов навыков работы со специализированным программным обеспечением для проведения статистической обработки данных.

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

- ОК-3 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- СПК-5 – готовность использовать инструменты и средства Интернет для проведения маркетинговых исследований, владеть методами поиска информации в Интернете; способность проведения опросов и сбора маркетинговой информации о пользователях глобальной сети.

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Компьютерные статистические системы»

Направление подготовки: 42.03.1 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Компьютерные статистические системы»:

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Математика»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Математика»:

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: устный экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Основы теории коммуникации»

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

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Основы теории коммуникации»:

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

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

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

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

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

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

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

Формы итогового контроля: дифференцированный зачет и экзамен.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Правоведение»

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

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

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры»

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

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры»:

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

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Социология сетевых коммуникаций»

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

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Социология сетевых коммуникаций»:

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

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

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

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

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

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

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

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

Формы итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Технологии управления общественным мнением»

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

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Технологии управления общественным мнением»:

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

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

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

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» заключаются:

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Блоггинг»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Блоггинг» заключаются:

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Выборные технологии»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Работа с социальными медиа.

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр.

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата:

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

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

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

Задачи дисциплины:

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

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

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

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

Форма промежуточного контроля: экзамен

АННОТАЦИЯ
учебной дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Дизайн в PR и рекламе»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины:

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

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

- ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- ПК-16 – способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

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

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ
Учебной дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации» заключаются:

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

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

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

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

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Искусство продаж»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Искусство продаж» заключаются:

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

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

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ
Учебной дисциплины «История и теория религии»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Работа с социальными медиа

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «История и теория религии»:

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «История мирового искусства»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Цели и задачи дисциплины	<p>Целью освоения дисциплины «История мирового искусства» является формирование у студентов целостной картины механизмов и закономерностей развития художественного процесса, а так же знакомство с содержанием и особенностями отечественного и зарубежного искусства в контексте культурно-исторической динамики.</p> <p>Основные задачи учебной дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none">- знакомство студентов со спецификой и сущностью художественно-образного языка в искусстве; типологией и классификацией искусств;- освоение принципов формирования художественных стилей, направлений и течений разнообразных видов искусства в контексте доминирующих в рамках данной культуры ценностей и смыслов;- знакомство с ключевыми памятниками изобразительного искусства и архитектуры;- развитие умения работать с научно-теоретическими источниками по проблемам культуры и искусства.
Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	Вариативная часть Блока I (раздел «Дисциплины по выбору»).
Общая трудоемкость дисциплины	2 зач. ед. (72 часа).
Формируемые компетенции	ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию; ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.
Краткое содержание дисциплины	Возникновение и ранние формы культуры и искусства. Искусство древнейших цивилизаций. Искусство Античности. Средневековое искусство западной Европы. Искусство эпохи Возрождения. Западноевропейское Искусство Нового времени. Искусство XX века. Отечественное искусство.
Виды учебной работы	Лекции, семинары, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся. Доля аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 20%.
Ресурсное обеспечение	<p>Основная учебная литература:</p> <ol style="list-style-type: none">1. История искусств: [учебное пособие по направлению "Искусства и гуманитарные науки" /Г. А. Коробова, Л. И. Корсикова, Е. Ю. Липец и др.]; под науч. ред. Г. В. Драча, Т. С. Паниотовой Москва: Кнорус , 2013 с.6752. Ильина Т. В. История искусства Западной Европы от античности до наших дней: учебник/ Т.В. Ильина. – М.: Юрайт[и др.], 2013. – 435 с. <p>Дополнительная учебная литература:</p>

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

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «История мирового кино»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Цели и задачи дисциплины	<p>Целью освоения дисциплины «История мирового кино» является формирование у студентов понимания места и роли киноискусства в культуре XX-XXI века.</p> <p>Основные задачи учебной дисциплины: знакомство с этапами становления кинотеории; с принципами построения художественно-образной системы средствами киноязыка; с магистральными направлениями, школами, стилями и творчеством персоналий отечественного и западноевропейского кинематографа XX-XXI вв.</p>
Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	Вариативная часть Блока I (раздел «Дисциплины по выбору»).
Общая трудоемкость дисциплины	2 зач. ед. (72 часа).
Формируемые компетенции	<p>ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию;</p> <p>ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>
Краткое содержание дисциплины	Кинематограф как вид искусства. История развития теории киноискусства. Специфика кинематографа как вида искусства. Художественные средства выразительности

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

АННОТАЦИЯ

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

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

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

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «История русской и зарубежной литературы»:

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

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

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

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

49) способствовать овладению студентами методами комплексного анализа литературного произведения.

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

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

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Компьютерные технологии и информатика»:

50) познакомить студентов с историей и особенностями информационного общества;

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

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

53) познакомить с основами обработки графических изображений;

54) продемонстрировать возможности современных облачных технологий в профессиональной сфере;

55) сформировать навыки работы в стандартных офисных приложениях.

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

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

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

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

АННОТАЦИЯ
Учебной дисциплины «Культурология»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

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

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Маркетинговые исследования в сети Интернет»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Маркетинговые исследования в сети Интернет» заключаются:

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» заключаются:

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

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

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

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

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

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

- ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- СПК-9 – владение технологиями защиты информации в сети Интернет.

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

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

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ **Учебной дисциплины «Основы брендинга»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Основы брендинга» заключаются:

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

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

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Основы компьютерного дизайна: практикум»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Основы компьютерного дизайна: практикум»:

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

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

- ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- ПК-16 – способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

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

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Основы маркетинга»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Основы маркетинга» заключаются:

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

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

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

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

Формы итогового контроля: зачет, зачет, экзамен.

АННОТАЦИЯ Учебной дисциплины «Основы медиапланирования»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Основы медиапланирования»:

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Основы менеджмента»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины заключаются:

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

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

- ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ПК-2 - владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

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

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет; экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Письменные коммуникации: практикум»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Письменные коммуникации: практикум» заключаются:

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

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

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

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

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Политология»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Политология» заключаются:

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

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

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

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

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

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

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе»

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе»:

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

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

ключевые профессиональные компетенции:

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

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Психология личности»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Работа с текстами в PR и рекламе»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет и экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Разработка и технологии производства рекламного продукта»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

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

- ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- СПК-9 – владение технологиями защиты информации в сети Интернет.

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Религиоведение»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Работа с социальными медиа

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Религиоведение»:

68)определить основные подходы к пониманию проблемы происхождения религии;

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

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Русский язык и культура речи»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи освоения дисциплины:

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

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

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Семиотика рекламы и связей с общественностью»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

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

- ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

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

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ
Учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Социология массовых коммуникаций»:

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

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

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

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

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

78) продемонстрировать деятельность массовых коммуникаций как социального института.

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

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

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

Формы итогового контроля: экзамен, экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Социальные медиа»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Социальные медиа» заключаются:

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

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

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ **Учебной дисциплины «Социология»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

Задачами курса является:

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

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ Учебной дисциплины «Стилистика»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

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

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

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

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

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

Форма промежуточного контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Стилистические особенности современного русского языка»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

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

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

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

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

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

Форма промежуточного контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Физическая культура»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

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

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

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

Задачи дисциплины:

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

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

Текущая аттестация обучающихся осуществляется на основе балльно-рейтинговой оценки.

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Философия»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная; очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата:

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

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

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

Задачи дисциплины «Философия»:

формирование у студентов:

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

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

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

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

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

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

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

Форма итогового контроля: экзаме

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Шедевры мировой литературы»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

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

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

Задачи дисциплины «Шедевры мировой литературы»:

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

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

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

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

91) способствовать овладению студентами методами комплексного анализа литературного произведения.

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

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

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

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Организация специальных мероприятий»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа в социальных медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся, в том числе, с использованием электронной образовательной платформы Moodle.

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

Задачи дисциплины «Организация специальных мероприятий»:

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

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

- ПК-5 – способность реализовывать проекты и владением методами их реализации;
- ПК-8 – способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц (360 часов). В структуру курса входит 4 модулей: 1) «Введение в профессию»; 2) «Теория и практика связей с общественностью»; 3) «Теория и практика рекламы»; 4) «Психология рекламной и PR-деятельности. При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных технологий электронного обучения (частично на платформе дистанционного обучения «Электронный университет- Moodle»). Модуль «Психология рекламной и PR-деятельности» включает занятия в формате тренингов.

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

Задачи дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» заключаются:

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

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся реализовывать знания в области

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

- ОПК-6 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- ПК-6 – способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- ПК-12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-14 – способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

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

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

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Продвижение в социальных медиа»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Продвижение в социальных медиа» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной к изучению. Курс «Продвижение в социальных медиа» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Основы интегрированных коммуникаций», «Интегрированные маркетинговые коммуникации», а также с ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. При изучении дисциплины предусмотрено проведение всех занятий (практических) в компьютерном классе, с возможностью выхода на различные сервисы сети Интернет.

Основная цель дисциплины «Продвижение в социальных медиа» – формирование у бакалавров направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» системы

знаний о современных методах распространения информации в Интернет и навыков привлечения к ней внимания целевой аудитории.

Задачи дисциплины «Продвижение в социальных медиа» заключаются в:

- 1) содействию освоению студентами базовых знаний о социальных медиа;
- 2) знании студентами современных методов продвижения в социальных медиа;
- 3) понимании студентами принципов и механизмов коммуникации в сетевых сообществах;
- 4) формировании у студентов навыков выбора оптимальных методов продвижения в Интернет для решения профессиональных задач.

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

СПК-2 – способность оптимально использовать Интернет-ресурсы в интегрированных маркетинговых коммуникациях организации.

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

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Иностранный язык»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-5 семестр, с 1 по 3 год обучения

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата:

Дисциплина «Иностранный язык» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Иностранный язык» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП бакалавриата, как «Русский язык и культура речи», «Шедевры мировой литературы», «История русской и зарубежной литературы», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», «Искусство продаж», а также с преддипломной практикой и ГИА. Программа курса ориентирована на практическую подготовку специалистов, способных к социально-бытовой и деловой коммуникации в международной профессиональной сфере, реализующих с помощью иностранного языка свои коммуникативные задачи, а также познавательные интересы по направлению подготовки.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 11 зачетных единиц (396 часов). При изучении дисциплины предусмотрены практические занятия, которые проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Целью освоения дисциплины «Иностранный язык» является формирование у студентов коммуникативной языковой компетенции, которая позволит им использовать

иностранный язык как средство межкультурного общения в ситуациях социально-бытового общения и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины «Иностранный язык» заключаются:

- в формировании у студентов лексико-грамматических навыков и развитии коммуникативных умений во всех видах речевой деятельности (говорении, аудировании, чтении и письме);
- в обучении студентов терминологии и коммуникативной грамматике необходимых для успешной коммуникации в ситуациях международного профессионально-делового общения;
- в развитии активной познавательной деятельности студентов, мотивации к изучению иностранного языка и умения удовлетворять с его помощью познавательные интересы в других областях знаний;
- в развитии умений использовать и обрабатывать в соответствии с поставленной целью различную информацию на иностранном языке.

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

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

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: тестирование, письменный и устный перевод, выступление с докладом и электронной презентацией, диктант, устный опрос, письменная контрольная работа. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

Формы промежуточной аттестации: зачет в 1,2,3,4 семестрах и экзамен в 5 семестре.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Основы бухучета»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Основы бухгалтерского учета» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Предмет логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Основы менеджмента», а также с преддипломной практикой. Программа курса ориентирована на практическую подготовку студентов к профессиональной деятельности.

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

Основная **цель** дисциплины «Основы бухгалтерского учета» состоит в приобретении студентами знаний и практических навыков применения принципов бухгалтерского учета и приемов обобщения учетной информации при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.

Задачи дисциплины «Основы бухгалтерского учета»:

- 1) сформировать у студентов положительную мотивацию к использованию знаний бухгалтерского учета при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий;
- 2) дать обучающимся знания о принципах и правилах ведения бухгалтерского учета в России;
- 3) познакомить студентов с правилами регистрации и обобщения бухгалтерской информации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будет сформирована **компетенция ОПК-4** – умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

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

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Основы конфликтологии»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Основы конфликтологии» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Основы конфликтологии» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Культурология», «Социальные медиа», «Сетевые сообщества и субкультуры», «Основы менеджмента», а также с практикой в профессиональной сфере, ГИА.

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

Целью освоения дисциплины «Основы конфликтологии» является формирование ключевых компетенций бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», необходимых для создания системы теоретических знаний о конфликтах, основных причинах возникновения конфликтов в социальной сфере, способах выхода из них.

Задачи дисциплины заключаются:

- в ознакомлении студентов с параметрами анализа практических конфликтных ситуаций с целью последующего поиска вариантов разрешения трудностей личности, организации, общества;
- в формировании у студентов установок, направленных на гармоничное развитие, продуктивное преодоление жизненных трудностей, толерантности во взаимодействии с окружающим миром;

- в подготовке студентов к участию в создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивации сотрудников на активную бесконфликтную деятельность;
- в содействии пониманию студентами принципов эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- в формировании у студентов навыков проведения социологических исследований по текущим проблемам компании с целью составления прогнозов развития ситуации и разработки мер по разрешению трудностей и улучшению имиджа организации;
- в содействии изучению студентами возможных способов сбора, систематизации и оформления экспертных заключений в области конфликтологической информации с целью разрешения конфликтов.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся организовывать свою деятельность, владеть технологиями выстраивания отношений в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия людей; а также выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-6 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- ПК-2 – владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

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

Форма итогового контроля: зачет.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Психология массовых коммуникаций» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такой дисциплиной ООП как «Основы интегрированных коммуникаций», а также со всеми видами производственной практики, ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к профессиональной деятельности.

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

Целью освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является формирование у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» психологической компетентности, необходимой для профессиональной деятельности в

сфере социальных коммуникаций.

Задачи дисциплины заключаются:

- в обеспечении формирования у студентов категориально-понятийного аппарата; системного представления о сфере массовых коммуникаций как области реализации профессиональных интересов;

- в развитии профессионального мышления, опирающегося на психологическую и информационную составляющие коммуникационного процесса;

- в подготовке бакалавров к использованию психологических методов и инструментов для решения коммуникационных проблем и задач в области рекламы и связей с общественностью.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; владеть психологическими приемами и методами решения коммуникационных задач; а также для прохождения производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будет сформирована следующая **ключевая профессиональная компетенция:**

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

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

Формы итогового контроля: зачет, экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Социальная психология»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Социальная психология» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Социальная психология» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Основы интегрированных коммуникаций», «Технологии управления общественным мнением», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», а также с ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к профессиональной деятельности.

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

Целью освоения дисциплины «Социальная психология» является формирование у бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» базовых представлений об основах социальной психологии, навыков их использования в процессе дальнейшего обучения, проведении научно-исследовательских работ, а также практической деятельности в сфере социальных коммуникаций.

Задачи дисциплины заключаются:

– в формировании у студентов способности к установлению связей между различными понятиями психологической науки;

– в знании студентами общих и отличных положений различных подходов и теорий

социальной психологии;

– в умении студентами анализировать закономерности, эффекты и механизмы, возникающие при социальном взаимодействии в различных ситуациях (личных, деловых и общественных отношениях), при восприятии себя, других людей и социальных групп;

– в формировании у студентов психологических навыков формирования эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении ее внутренней и внешней коммуникации;

– в понимании студентами взаимосвязи между конкретными проявлениями человека и его поведения и той теоретической моделью, которая может описать или объяснить эти проявления.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся владеть психологическими приемами и методами решения коммуникационных задач; а также для выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будет сформирована следующая **ключевая профессиональная компетенция:**

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

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

Формы итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Статистика»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Статистика» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Статистика» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы медиапланирования» и «Блоггинг». Программа курса ориентирована на практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

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

Основные **цели** дисциплины «Статистика» состоят в ознакомлении учащихся с основными этапами и базовыми методами статистического анализа данных, применяемыми при обработке информации; выработке навыков решения конкретных практических задач и использования основных пакетов прикладных программ, применяемых для статистического анализа в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины «Статистика»:

92) сформировать у студентов положительную мотивацию на использование современных статистических методов в фундаментальных прикладных исследованиях;

93) дать знания об основных понятиях статистики, их применении для представления и анализа результатов аналитического исследования;

94) способствовать овладению студентами навыками статистического анализа, использования полученных данных при подготовке проектной документации, необходимой при решении различных профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся работать с проектами в области рекламы и связей с общественностью, технологиями статистического анализа данных, применяемых при обработке информации, а также для выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будет сформирована **профессиональная компетенция ПК-4** – владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ **учебной дисциплины «Экономика»**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Работа с социальными медиа

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Экономика» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Данный курс демонстрирует студентам возможности использования принципов экономического анализа для решения ряда задач профессионального плана и определения линии собственного хозяйственного поведения. Изучение «Экономики» содействует развитию академических навыков (способности к осмысленному чтению, умению формулировать проблемы и критически анализировать пути их решения, умению вести дискуссии).

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

Курс призван дать представление студентам о закономерностях функционирования рыночной экономики, а также о направлениях, методах и эффективности экономической политики государства.

В программе последовательно изложены основные темы вводного (Introductory level) курса экономической теории. Структура курса предусматривает возможность дифференцированного изложения материала, избирательное введение разделов и тем курса в соответствии с уровнем подготовки студенческой аудитории. Разделы курса в качестве обязательной компоненты включают фактические и статистические материалы по российской экономике, в том числе и регионального уровня.

Соединение в преподавании курса функционального подхода к экономике с социально-экономическим подходом ставит курс «Экономика» в разряд важнейших в формировании современного экономического мышления.

Академической целью дисциплины «Экономика» является расширение знаний в области экономической теории, овладение обучающимися современными методами экономического анализа.

Курс призван дать представление студентам:

- о функционировании экономических систем и закономерностях их развития;
- об основных концепциях экономической теории; методологических принципах, на базе которых

создаются макроэкономические модели, их возможности, преимущества и недостатки;

- об особенностях современных макроэкономических проблем: экономический рост, деловые циклы, инфляция и безработица;

- о направлениях, методах и эффективности экономической политики государства;

- о специфике и перспективах развития российской экономики.

Конечной задачей изучения курса «Экономика» является формирование навыков практического применения полученных знаний в профессиональной и личной деятельности.

Дополнительными особенностями программы обучения курсу «Экономика» являются:

- возможность формирования индивидуальной траектории обучения слушателя;

- интерактивные формы парной и групповой работы;

- выполнение самостоятельных исследований на основе данных представленных в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и других информационных источниках.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся, в соответствии с требованиями ФГОС ВО, будет сформирована **общекультурная компетенция ОК-3** – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

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

Форма итогового контроля: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: практика в профессиональной сфере

Направление подготовки: 42.03.01"Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Практика в профессиональной сфере как вид производственной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: практика в профессиональной сфере» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Математика», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Основы интегрированных коммуникаций», «Правоведение», «Психология личности», «Социология», «Основы теории коммуникации», «Основы конфликтологии», «Теория и практика массовой информации», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы». «ИМК в Интернет», «Основы брендинга», «Социология сетевых коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость практики в профессиональной сфере составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Основная **цель** «Производственной практики: практики в профессиональной сфере» состоит в закреплении, расширении и систематизации знаний, полученных при освоении специальных дисциплин, на основе изучения деятельности отдела связей с общественностью в конкретной организации (общественной, производственной, коммерческой структуре, средстве массовой информации); приобретение практического опыта работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Задачи «Производственной практики: практики в профессиональной сфере»:

95) ознакомление с предприятием (организацией) как объектом производственной практики, включая изучение нормативно-правовой документации, регулирующей деятельности организации;

96) закрепление, углубление и развитие знаний, полученных студентами в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения, включая формирование навыков проведения социологических и маркетинговых исследований;

97) приобретение обучающимися опыта научно-исследовательской и управленческой работы в организациях;

98) приобретение умений и выработка навыков по подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий, а также по планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

99) изучение и проектирование рекламного и PR-продукта, технологии его изготовления.

В результате прохождения «Производственной практики: практики в профессиональной сфере» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-4 – способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию;
- ОПК-1 – способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- ОПК-5 – умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ПК-2 – владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- ПК-9 – способность проводить маркетинговые исследования;
- ПК-10 – способность организовывать и проводить социологические исследования;
- ПК-12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-15 – владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: оценка.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: научно-исследовательская работа (НИР)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Такой вид производственной практики как НИР входит в вариативную часть ООП бакалавриата, является обязательной для изучения. НИР логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП как «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Политология», «Социология массовых коммуникаций», «Учебная практика: профильные мастерские», «Психология массовых коммуникаций», «Введение в имиджелогия», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Искусство продаж», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также со всеми видами производственной практики и ГИА.

Общая трудоемкость практики составляет 12 зачетных единицы (432 часа).

Основными **целями** НИР, как разновидности производственной практики, являются - создание условий формирования творческой активности, самостоятельности студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в их научной работе; развитие и повышение качества научных исследований и разработок обучающихся; формирование у студентов навыков и умений научного познания и отображения мыслей в виде аналитической записки, статьи, тезисах или документах другой отчетной формы; способствование подготовке студентами теоретических материалов к написанию выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Задачи «Производственной практики: НИР» заключаются:

- в формировании навыков самостоятельного анализа информации и выводов;
- в развитии аналитического и творческого мышления у студентов;
- в способности анализировать и делать выводы на основе вторичной информации о деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью;
- в овладении навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

- в способности под контролем разрабатывать, осуществлять и анализировать рекламные кампании и мероприятия, их эффективность и потенциал;
- в умении анализировать научную и иную информацию для составления рекомендаций или для принятия управленческого решения в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

В результате прохождения «Производственной практики: НИР» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

- ПК-1 - способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- ПК-5 - способность реализовывать проекты и владением методами их реализации;
- ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-13 - способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики. Соответствующие ФОС разработаны.

Формы итогового контроля: дифференцированный зачет; дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: преддипломная практика

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Преддипломная практика является разновидностью производственной практики, входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: преддипломная практика» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Психология личности», «Компьютерные технологии и информатика», «Основы интегрированных коммуникаций», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Организация специальных мероприятий», «Шедевры мировой литературы», «История русской и зарубежной литературы», «Философия», «Политология», «История рекламы и связей с общественностью», «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций», «Стилистика», «Стилистические особенности современного русского языка», «Основы бухгалтерского учета», «Основы менеджмента», «Психология массовых коммуникаций», «Технологии управления общественным мнением», «Введение в имиджелогию», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Социология массовых коммуникаций», «Искусство продаж», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», а также с «Учебной практикой: профильные мастерские», другими видами производственной практики и ГИА.

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Основная **цель** «Производственной практики: преддипломной практики» состоит в подготовке к защите выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Задачи преддипломной практики:

- 1) ознакомление с актуальными концепциями и теориями социально-философского знания, изучающими социальные коммуникации сетевого общества;
- 2) формирование нового знания, касающегося изучения частных аспектов сферы социальных коммуникаций сетевого общества;
- 3) применение аналитических навыков и умений студентов для систематизации информации о коммуникационной инфраструктуре базисного субъекта;
- 4) практическое участие студентов в организации внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации;
- 5) разработка и реализация коммуникационного проекта, а также модели оценки его эффективности, исходя из целей и задач базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР;
- 6) выявление и формулирование актуальных коммуникационных проблем базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР на основе сбора, систематизации и анализа информации из различных источников с применением информационно-коммуникационных технологий;
- 7) составление студентами аналитических справок, отчетов и прогнозов для базисного субъекта рекламной и PR-деятельности, включая работу с источниками на иностранном языке;
- 8) планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;

- 9) разработка механизмов контроля, оценки эффективности и корректировки стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий базисного субъекта в области рекламы и связей с общественностью.

В результате прохождения преддипломной практики у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **компетенции**:

- ОК-1- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию;
- ОПК-4 - умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ОПК-6 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- ПК-5 - способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;
- ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- ПК-13 - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;
- ПК-14 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- СПК-1 - владением технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: оценка.

АННОТАЦИЯ

Учебная практика: профильные мастерские

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Профильные мастерские как вид учебной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Учебная практика: профильные мастерские» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Психология личности», «Социология массовых коммуникаций», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость профильного проекта как вида производственной практики составляет 9 зачетных единиц (324 часа).

Целями «Учебной практики: профильные мастерские» являются: закрепление навыков, полученных в период изучения общих и специализированных дисциплин; реализация личностно ориентированного учебного процесса; расширение возможностей выстраивания индивидуальной образовательной траектории; формирование профессиональных навыков, необходимых для выполнения должностных обязанностей в соответствии с квалификационными требованиями к бакалаврам по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», выбранному профилю.

Задачи «Учебной практики: профильные мастерские» способствовать:

- закреплению теоретического материала, полученного в процессе изучения общепрофессиональных и специальных профильных дисциплин;
- получению первичных профессиональных навыков, включая освоение технологий видеопродакш, контент-менеджмента, комьюнити-менеджмента, SEO-копирайтинга, копирайтинга, event-менеджмента, организации и проведении маркетинговых и социологических исследований и др. *(по выбору)*;
- приобретению навыков организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- сбору, обработке, анализу и систематизации научно-практической информации по теме (заданию);
- участию под контролем в осуществлении PR, рекламных и маркетинговых кампаний и мероприятий;
- разработки и реализации под контролем коммуникационного офф- и\или онлайн проекта.

В результате прохождения «Учебной практики: профильные мастерские» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие ключевые **профессиональные компетенции:**

- ПК-3 – владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- ПК-13 – способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики, с обязательным предоставлением письменного отчета. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет, дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика: профильный проект

Направление подготовки: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Профиль подготовки: «Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

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

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Профильный проект как вид производственной практики входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является обязательной для освоения. «Производственная практика: профильный проект» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий», «Основы теории коммуникации», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Психология массовых коммуникаций», «Социология сетевых коммуникаций», а также с другими видами производственной практики, ГИА.

Общая трудоемкость профильного проекта как вида производственной практики составляет 9 зачетных единиц (324 часа).

Основной **целью** «Производственной практики: профильный проект» является создание бакалавром по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» профильного проекта - итоговой студенческой работы, имеющей самостоятельный, научно-исследовательский или практико-ориентированный характер, отражающей содержание проектной, научно-исследовательской деятельности студента в рамках профильных мастерских кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ, в рамках других коммуникационных офф- и онлайн, исследовательских проектов, участником которых является студент.

Задачи «Производственной практики: профильный проект» способствовать:

- закреплению теоретического материала, полученного обучающимися в процессе изучения общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- реализации знаний студентов в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- сбору, обработке, анализу и систематизации научно-практической информации;
- реализации студентами коммуникационных офф- и онлайн, исследовательских проектов, участником которых они являются;
- участию обучающихся в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- развитию навыков написания научных текстов.

В результате прохождения «Производственной практики: профильный проект» у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие ключевые **профессиональные компетенции:**

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

- ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение срока прохождения практики. Промежуточная аттестация проходит по окончании практики в форме публичной защиты части и/или всего проекта. Соответствующие ФОС разработаны.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет, дифференцированный зачет.