



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
Н.И. Архипова  
« 20 » 03 2018 г.

## АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

по направлению подготовки  
41.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль):  
«Связи с общественностью и коммуникативные технологии»

Блок	Дисциплины (модули)	Аннотации
I.		Базовая часть
	Философия	<p>Дисциплина «Философия» является базовой частью учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на философском факультете кафедрой истории отечественной философии.</p> <p><i>Цель</i> дисциплины: сформировать у студентов представление о философии, как дисциплине, основах философской терминологии, о ключевых вехах становления и развития философской мысли Запада.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- дать представление о философии как о совокупности взглядов на мир в целом и на отношение к миру человека, т.е. как об определенном мировоззрении, имеющем специфический категориальный аппарат, опирающемся не на отдельную науку, а на все науки, как совокупный человеческий опыт. Определенная мировоззренческая парадигма привязывается к конкретной эпохе или к ее конкретному представителю, что дает возможность слушателям курса усвоить основные философские понятия и идеи каждого периода.</li><li>- способствовать выработке основных навыков для понимания проблематики и терминологии философских текстов.</li></ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- общекультурных:<ul style="list-style-type: none"><li>• способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</li><li>• способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li></ul></li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: основные периоды развития, школы и направления философской мысли Запада основные философские понятия и идеи каждого периода.</p> <p>Уметь: оперировать философской терминологией.</p> <p>Владеть: основными навыками анализа философских тестов среднего уровня сложности, пониманием логики развития философского процесса.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа.</p>
	<p>История России до XX века</p>	<p>Дисциплина (модуль) «История России до XX века» является частью базового цикла (блока) дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль: «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»).</p> <p>Дисциплина (модуль) реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой истории и теории исторической науки.</p> <p>Цель дисциплины (модуля): дать студентам соответствующие современному уровню развития исторической науки знания в области истории нашей страны, информацию о различных комплексах исторических источников, о методиках анализа и оценки исторической информации.</p> <p>Задачи:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Дать представление об основных этапах и содержании истории России с древнейших времён до начала XX века;</li> <li>2) Показать, по каким проблемам отечественной истории ведутся сегодня споры и дискуссии в отечественной историографии;</li> <li>3) Показать на примерах из различных эпох органическую взаимосвязь российской и мировой истории;</li> <li>4) Обучить самостоятельности и критичности при оценке различных интерпретаций событий отечественной истории;</li> <li>5) Сформировать аналитическое мышление, позволяющее выявлять сущность стержневых событий истории и отношения между ними.</li> </ol> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>- общекультурных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</li> <li>• способность анализировать основные этапы и</li> </ul>

		<p>закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>• способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>• способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> </ul> <p>-общепрофессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);</li> </ul> <p>-профессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</li> <li>• способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);</li> <li>• владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) содержание основных этапов истории России с древнейших времён до начала XX века, её важнейшие имена, даты и события;</li> <li>2) взаимосвязь отечественного и всемирного исторического процесса;</li> <li>3) основные проблемы отечественной истории, по которым ведутся споры и дискуссии в историографии;</li> <li>4) основные способы получения и использования исторического знания.</li> </ol> <p>Уметь:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;</li> <li>2) критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков;</li> <li>3) использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач; анализировать социально-значимые проблемы и процессы;</li> </ol>
--	--	--

		<p>4) проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий.</p> <p>Владеть:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;</li> <li>2) готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;</li> <li>3) стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;</li> <li>4) способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы.</li> </ol> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме реферата по одной из монографий из предложенного списка литературы, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.</p>
	<p>История России XX - начала XXI века</p>	<p>Дисциплина (модуль) «История России XX – начала XXI века» является частью базового цикла (блока) дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль: «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»).</p> <p>Дисциплина (модуль) реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой истории и теории исторической науки.</p> <p>Цель дисциплины (модуля): вооружить студентов соответствующими современному научному уровню знаниями по истории России XX – начала XXI вв.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дать представление об основных этапах истории России XX – начала XXI вв</li> <li>- научить работе с источниками по истории России XX – начала XXI вв.;</li> <li>- дать сведения об основных точках зрения на ключевые проблемные узлы истории России XX – начала XXI вв.</li> </ul> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</li> <li>• способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</li> <li>• способность к коммуникации в устной и</li> </ul> </li> </ul>

		<p>письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>• способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> </ul> <p>-общепрофессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);</li> </ul> <p>-профессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</li> <li>• способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);</li> <li>• владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p><b>Знать</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание основных этапов истории России XX – начала XXI вв.;</li> <li>- основные источники по истории России XX – начала XXI вв.;</li> <li>-ключевые точки зрения в исторической науке по важнейшим проблемам истории России XX – начала XXI вв.</li> </ul> <p><b>Уметь</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;</li> <li>- устанавливать общие закономерности протекания исторических процессов;</li> <li>- анализировать источники и литературу по истории России XX – начала XXI вв.</li> </ul> <p><b>Владеть</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками критического анализа исторических источников;</li> <li>- навыками сравнительного анализа различных точек зрения в науке;</li> <li>- навыками установления причинно-следственных связей исторических событий.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме реферата, промежуточная аттестация в форме экзамена.</p>
--	--	---

		Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.
	Всеобщая история	<p>Дисциплина «Всеобщая история» является частью блока дисциплин Б.1.Б.02 базовой части учебного плана по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью («Связи с общественностью и коммуникативные технологии»).</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой всеобщей истории.</p> <p>Цель дисциплины: Сформировать у студентов целостное научное представление о ходе и многомерном характере всемирно-исторического процесса, особенностях истории локальных цивилизаций и содержании общих стадий цивилизационного развития; показать необходимость комплексного анализа любых явлений общественно-политической и культурной жизни с учётом принципа историзма; способствовать развитию навыков понимания особенностей мировоззрения и культурно-поведенческих норм, характерных для людей, принадлежащих к различным культурам и цивилизациям.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- показать масштаб проблемного поля исторической науки, включающего не только традиционную военно-политическую событийную историю, но и историю ментальностей, повседневности, религий, гендерную историю, микроисторию и т.д.;</li> <li>- рассмотреть основные этапы истории локальных цивилизаций и содержание основных стадий всемирно-исторического развития от древности до новейшего времени;</li> <li>- представить многообразие путей развития общества в истории Древнего мира, Средних веков, Нового и новейшего времени;</li> <li>- изучить мировоззренческие и ценностные представления людей в различные периоды истории;</li> <li>- сформировать навыки комплексного анализа исторических явлений и процессов.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурные компетенции: <ul style="list-style-type: none"> <li>ОК-2 – способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;</li> <li>ОК-6 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</li> <li>ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию;</li> </ul> </li> <li>- общепрофессиональные компетенции: <ul style="list-style-type: none"> <li>ОПК-6 – Способность решать стандартные задачи</li> </ul> </li> </ul>

		<p>профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <p>- профессиональные компетенции:</p> <p>ПК-11 – Способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>1. Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- основные этапы истории локальных цивилизаций и содержание основных стадий всемирно-исторического развития от древности до новейшего времени;</li><li>- различные подходы к изучению истории человеческого общества, значение гражданских ценностей для развития человеческого общества;</li><li>- особенности мировоззренческих и ценностных представлений, характерных для различных цивилизаций в различные периоды истории.</li></ul> <p>2. Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- проводить комплексный анализ исторических явлений и процессов;</li><li>- сопоставлять особенности различных культур и цивилизаций, выделять общее и особенное в развитии общества на разных исторических этапах и стадиях цивилизационного развития;</li><li>- анализировать актуальные проблемы современной цивилизации;</li><li>- выступать публично по исторически значимым проблемам, логично и аргументированно обосновывать собственную позицию по дискуссионным историческим вопросам;</li><li>- логично и аргументированно излагать в письменном виде информацию по исторически значимым проблемам и вопросам общественного развития;</li><li>- находить историческую информацию в печатных и электронных источниках, верифицировать полученную из них информацию;</li><li>- задавать вопросы и делать дополнения к выступлениям других студентов;</li><li>- планировать и осуществлять самостоятельную работу по освоению учебного материала.</li></ul> <p>3. Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- навыками поиска, анализа и синтеза исторической информации, основными методами работы с историографией и историческими источниками;</li><li>- навыками проведения комплексного анализа исторических явлений и процессов;</li><li>- навыками написания аналитических письменных работ по историческим проблемам;</li><li>- методами проведения историко-сравнительного</li></ul>
--	--	---

		<p>анализа;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками анализа различных мнений с учётом уважения к другим культурным традициям;</li> <li>- навыками рефлексии и самоорганизации.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса, участия в дискуссии на семинарских занятиях, коллоквиума, написания рефератов, промежуточная аттестация в форме контрольной работы и экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.</p>
	<p>Экономика</p>	<p>Дисциплина «Экономика» является базовой частью блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на экономическом факультете кафедрой экономических теорий.</p> <p><i>Цель</i> дисциплины: сформировать у студентов представление об экономическом образе мышления, о предмете и методологии экономической теории и её месте в системе наук, познакомить их с общетеоретическими основами хозяйствования, научить ориентироваться в меняющихся экономических условиях.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассмотреть основные направления развития экономической мысли, современные экономические теории, эволюцию представлений о предмете экономической теории;</li> <li>- дать представление о задачах, функциях и методах экономической науки;</li> <li>- раскрыть сущность и типы общественного воспроизводства, предпосылки компромиссного экономического выбора;</li> <li>- изложить основы и закономерности функционирования экономических систем;</li> <li>- познакомить студентов с понятийно-категориальным аппаратом экономической науки и инструментами экономического анализа;</li> <li>- сформировать у студентов знания о сущности и механизмах функционирования рынка, об основных организационно-правовых формах предпринимательской деятельности и методах оценки результатов деятельности фирмы, об основных макроэкономических показателях, инструментах государственной фискальной и денежно-кредитной политики и об основных тенденциях развития экономики России на современном этапе.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных:</li> </ul>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>• способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);</li> <li>• способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> основные направления развития экономической мысли, современные экономические теории, эволюцию представлений о предмете экономической теории; задачи, функции и методы экономической науки; основы и закономерности функционирования экономических систем.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать экономические знания в типовых ситуациях профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p><i>Владеть:</i> понятийно-категориальным аппаратом экономической науки и инструментами экономического анализа.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация успеваемости в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.</p>
	<p>Основы государства и права</p>	<p>Дисциплина «Основы государства и права» входит в базовую часть блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой истории и теории государства и права.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> изучить положения и идеи о современном социальном государстве, сформировать профессиональные компетенции, необходимые для реализации социальных целей государства, его социальной политики в условиях гражданского общества.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить основные научные доктрины о социальном государстве, его сущности и назначении;</li> <li>- исследовать модели социального государства;</li> <li>- овладеть знаниями об экономических и политических основах социального государства, правовых формах реализации социальной политики;</li> <li>- сформировать представления о взаимосвязях гражданского общества и социального государства;</li> <li>- рассмотреть социальную политику, изучить принципы ее реализации;</li> <li>- определить правовые основы социального партнерства;</li> <li>- сформировать знания о социальной ответственности государства и личности;</li> <li>- развить навыки анализа явлений, процессов, событий</li> </ul>

		<p>с учетом их социальных последствий, соответствия социальным стандартам современного государства.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>- общекультурных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);</li> <li>• способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>• способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• концепции социального государства;</li> <li>• правовое оформление социального государства в современных демократических странах;</li> <li>• экономические модели реализации социальной политики государства;</li> <li>• социальное регулирование в сфере социальных отношений;</li> <li>• социальные права человека и способы их защиты.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• анализировать современную социальную политику, деятельность государственных органов, реализующих социальные цели государства;</li> <li>• выявлять и использовать механизмы реализации социальной политики;</li> <li>• использовать информационные ресурсы для получения адекватной информации о состоянии и перспективах социальной политики;</li> <li>• анализировать возможности для реализации социальных прав, способы их защиты, эффективность социального партнерства, взаимодействия и коммуникаций;</li> </ul> <p><i>Владеть:</i> знаниями о социальном государстве; его основах и назначении в современном обществе; методами философских и социальных наук применительно к социальным процессам и явлениям общественной жизни в условиях становления и функционирования социального государства.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	Русский язык и культура речи	Дисциплина «Русский язык и культура речи» является базовой частью учебного плана по направлению

		<p>подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью.</p> <p>Дисциплина реализуется институтом лингвистики, кафедрой русского языка.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> сформировать у студентов устойчивые представления о понятии языковой нормы, её многоаспектности, изменчивости, о связи нормы с вариативностью языковых средств; о социально-культурной природе нормы и о коммуникативной обусловленности любого отклонения от нормы.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Расширить и систематизировать знания о русском языке, полученные в школе.</li> <li>- Показать вариативность языковых средств на всех уровнях языковой системы и раскрыть понятие языковой нормы.</li> <li>- Сформировать представление о модели общения и продемонстрировать связь любого текста с определёнными характеристиками условий общения, особенностями участников общения и их целями.</li> <li>- Раскрыть социально-культурную сущность языковых норм и коммуникативную природу нарушений языковой нормы; показать воздействующий потенциал сохранения / нарушения языковых норм.</li> <li>- Сформировать навык различения нормативных и ненормативных употреблений грамматических форм, слов и устойчивых выражений, словосочетаний и предложений.</li> <li>- Сформировать представление о соответствующих / не соответствующих нормам, правильно/ неправильно построенных, адекватно / неадекватно отражающих действительность, эффективных / неэффективных текстах.</li> <li>- Сформировать навык использования при анализе и синтезе текста нормативных и иных словарей и справочных средств (традиционных и доступных через Интернет).</li> <li>- Развить и скорректировать имеющиеся навыки письменной речи.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>• способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> </ul> </li> <li>- общепрофессиональных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования,</li> </ul> </li> </ul>
--	--	---

		<p>копирайтинга (ОПК-3);</p> <p>- профессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• сущность понятий вариативности и нормы в языке и природу их взаимосвязи,</li> <li>• социально-культурную природу нормы и коммуникативную природу любых отклонений от неё,</li> <li>• основные этапы развития русского литературного языка,</li> <li>• систему норм современного русского литературного языка,</li> <li>• функционально-коммуникативную обусловленность употребления различных языковых форм в речи;</li> <li>• принципы русской орфографии и пунктуации,</li> <li>• суть авторского употребления пунктуационных знаков и границы употребления авторской пунктуации,</li> <li>• нормы употребления лексических и фразеологических единиц и условия допустимости их нарушения,</li> <li>• нормы употребления синтаксических единиц, в том числе требование недвусмысленности синтаксической конструкции, и условия допустимости их нарушения,</li> <li>• требование понятности текста,</li> <li>• принципы построения правильного рассуждения и логически непротиворечивого текста,</li> <li>• нормы полноты, достаточности и неизбыточности содержания текста и условия допустимости их нарушения,</li> <li>• нормы логической структурированности текста и условия допустимости их нарушения.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• при анализе устного и письменного текста</li> <li>• извлекать из текста содержащуюся в нём явную и неявную информацию и оценивать текст как понятный / непонятный, адекватно / неадекватно отражающий действительность, эффективный / неэффективный,</li> <li>• определять и верифицировать при помощи нормативных словарей и справочников нормативность /ненормативность любой языковой единицы, в том числе находить и исправлять</li> </ul>
--	--	--

		<p>орфографические и пунктуационные ошибки, а также уметь оценить текст как правильно /неправильно построенный,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• пользуясь словарями и справочниками, определять значения незнакомых слов и выражений, подбирать к ним синонимы и квазисинонимы, комментировать нормативность / ненормативность, обязательность / необязательность их употребления в заданном контексте,</li> <li>• оценивать коммуникативную ситуацию как требующую соблюдения тех или иных норм;</li> <li>• оценивать допустимость нарушения той или иной нормы в заданном контексте,</li> <li>• при порождении устного и письменного текста:</li> <li>• грамотно писать, используя словари и справочники различных типов,</li> <li>• ясно, чётко, аргументировано излагать собственные мысли в письменной и устной форме,</li> <li>• пользуясь словарями и справочниками, точно и достаточно полно передавать содержание любого текста своими словами, в том числе содержание сложного текста с незнакомыми словами и выражениями, при необходимости используя синонимы и квазисинонимы.</li> </ul> <p>Владеть: техникой работы с традиционными интернет-справочниками, со спел-чекерами, с полиформными текстами.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация успеваемости в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	Иностранный язык	<p>Дисциплина «Иностранный язык» является частью гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 41.03.01 «Реклама и связи с общественностью».</p> <p>Дисциплина реализуется кафедрой иностранных языков историко-архивного института.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка в целях реализации образовательной программы бакалавриата, а также формирование у них высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает подготовку всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, навыки и умения, полученные в ходе обучения.</p> <p><i>Задачи:</i> формирование студентами коммуникативной языковой компетенции, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессиональной, производственной и научной деятельности.</p>

		<p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>- общекультурных:</p> <p>ОК-2 - способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;</p> <p>ОК-6 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</p> <p>ОК-7 - способностью к самоорганизации и самообразованию;</p> <p>- общепрофессиональных:</p> <p>ОПК-6 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом;</p> <p>- профессиональных:</p> <p>ПК-11 - основных требований информационной безопасности способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <p><i>фонетика:</i> специфику артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в изучаемом языке; основные особенности полного стиля произношения, характерные для сферы профессиональной коммуникации; чтение транскрипции;</p> <p><i>лексика:</i> лексический минимум в объеме 4000 учебных лексических единиц общего и терминологического характера, понятие дифференциации лексики по сферам применения (бытовая, терминологическая, общенаучная, официальная и другая), понятие о свободных и устойчивых словосочетаниях, фразеологических единицах понятие об основных способах словообразования;</p> <p><i>грамматика:</i> грамматические конструкции, обеспечивающие коммуникацию общего характера без искажения смысла при письменном и устном общении; основные грамматические явления, характерные для основ профессиональной речи;</p> <p><i>стилистика:</i> иметь понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях, стиле художественной литературы, знать основные особенности научного стиля, знать культуру и традиции стран изучаемого языка, правила речевого этикета;</p> <p><i>говорение:</i> знать основы диалогической и монологической речи с использованием наиболее употребительных и относительно простых лексико-грамматических средств в основных коммуникативных</p>
--	--	--

		<p>ситуациях неофициального и официального общения, основы публичной речи (устное сообщение, доклад);  <i>аудирование</i>: речевые конструкции диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации);  <i>чтение</i>: по видам текстов - несложные прагматические тексты и тексты по широкому и узкому профилю специальности;  <i>письмо</i>: виды речевых произведений - аннотация, реферат, тезисы, сообщения, частное письмо, деловое письмо, биография, интервью.  <i>Уметь</i>: использовать знание иностранного языка в профессиональной деятельности, профессиональной коммуникации и межличностном общении.  <i>Владеть</i>: высоким качеством сформированности коммуникативной языковой компетентности, необходимой для творческой деятельности в деловой, научной и иных сферах, определяемой спецификой будущей профессиональной деятельности студентов.  Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме зачета с оценкой, экзамена.  Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 12 зачетных единиц, 432 часа.</p>
	<p>Основы толерантности</p>	<p>Дисциплина «Основы толерантности» относится к базовой части блока дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой культуры мира и демократии.  Цель данного курса - изучение некоторых наиболее актуальных аспектов теории и практики толерантного поведения что дает студентам возможность получить достаточно широкие представления о современных научных дискуссиях и наиболее популярных темах, обсуждаемых современными зарубежными и отечественными специалистами.  Задачи курса:  - выработка понимания факторов и проявлений многоаспектности социальных, политических, культурных процессов,  - ознакомление студентов с принципами и аспектами «культуры толерантности»,  - формирование навыка выделять общее в процессе коммуникации с другими людьми, а не замыкаться на собственном опыте и модели поведения,  - формирование навыков ведения переговоров и согласования позиций в ситуациях повседневного общения.  Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p>

		<p>Общекультурные компетенции (ОК):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</li> <li>- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</li> <li>- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</li> </ul> <p>Профессиональные компетенции (ПК):</p> <p>способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подходы к пониманию происходящих социальных и политических процессов;</li> <li>- основные модели и приемы коммуникации в мультикультурных сообществах;</li> <li>- наиболее репрезентативные примеры исторического и современного опыта построения коммуникации в мультикультурных и мультиконфессиональных обществах</li> <li>.</li> <li>- основные концепции в области современных коммуникаций.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-выбрать подход, стиль и способ управления ситуацией коммуникации;</li> <li>- использовать приемы диалоговой коммуникации;</li> <li>-определить механизма оптимального выбора подходов, способов и стилей поведения в мультикультурной среде;</li> <li>- выбрать методы оптимизации ситуации коммуникации.</li> <li>-моделировать ситуации достижения консенсуса и согласованности позиций</li> <li>-воспроизводить интеллектуальные основания постановки и решения коммуникативных задач, основанные на диалоге, взаимоуважении и согласовании позиций;</li> <li>-выявлять характерные особенности осуществления диалога в различных сферах социальной и политической жизни и в мультикультурной среде.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-навыками управления ситуациями общения в мультикультурной среде;</li> <li>-навыками трансформации конкурентной коммуникации в диалог и сотрудничество;</li> </ul>
--	--	--



		<p>-навыками управления конфликтными ситуациями;  -навыками ведения диалога, переговоров и обмена мнениями;  -навыками согласования позиций, в случае их несовпадения;  -методами и приемами предупреждения конфликтов в мультикультурной среде и малых социальных группах.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме письменной работы, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетную единицу, 72 часов.</p>
	<p>Введение в связи с общественностью</p>	<p>Дисциплина «Введение в связи с общественностью» входит в базовую часть Блока №1 дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель дисциплины: обозначение профессиональной среды, профессионального «образа» и его атрибутики, формирование базовых навыков профессионального языка и мышления у обучающихся.</p> <p>Задачи:</p> <p>обоснование сути, специфики сферы профессиональной деятельности;</p> <p>формирование и поддержание у студентов-первокурсников интереса к выбранной профессии;</p> <p>знакомство с языком, терминами, понятиями профессии.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>-способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>-способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> </ul> <p>ОПК:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</li> <li>-владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);</li> </ul> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга</p>

		<p>(ОПК-3);  умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);  умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);  способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).  ПК:  -организационно-управленческая деятельность:  способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);  -владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);  -владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);  проектная деятельность:  -способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);  коммуникационная деятельность:  -способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);  -способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Знать основные направления профессиональной деятельности и профессиональную терминологию,</li> <li>- Уметь решать простейшие задачи в профессиональной сфере,</li> <li>- Владеть навыками профессионального мышления.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты исследовательского проекта (экзамен).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2</p>
--	--	--

	<p>Безопасность жизнедеятельности</p>	<p>зачетные единицы, 72 часов.</p> <p>Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется группой гражданской обороны.</p> <p><i>Цель</i> дисциплины: формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), готовности и способности специалиста использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются как приоритетные, особенно ярко выраженные при чрезвычайных ситуациях, их воздействии на человека и среду его обитания, что дает возможность применения полученных знаний и навыков для защиты жизни и здоровья в чрезвычайных ситуациях.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Изучить характер чрезвычайных ситуаций и их последствия для жизнедеятельности.</li> <li>- Овладеть правовыми основами безопасности жизнедеятельности при возникновении чрезвычайных ситуаций.</li> <li>- Подготовить студентов к осознанным действиям в чрезвычайных ситуациях, научить грамотно применять способы защиты жизни и здоровья в сложившейся критической обстановке.</li> <li>- Сформировать навыки оказания первой помощи населению при ликвидации последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, а так же при массовых эпидемиях.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> <li>- готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности;</li> <li>- негативные воздействия ЧС на человека и среду его обитания;</li> <li>- основы защиты населения;</li> <li>- способы и средства защиты населения в ЧС;</li> <li>- основы первой помощи в ЧС.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p>
--	---------------------------------------	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять характер ЧС и их поражающие факторы;</li> <li>- идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации;</li> <li>- выбирать методы защиты от опасностей и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности;</li> <li>- осуществлять мероприятия по защите населения в ЧС;</li> <li>- оказывать первую помощь при массовых поражениях населения и возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий;</li> <li>- системно мыслить, обобщать, воспринимать информацию, ставить цели и выбирать пути их достижения;</li> <li>- логически, верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;</li> <li>- работать в коллективе;</li> <li>- ориентироваться и принимать решения вне стандартных ситуациях;</li> <li>- использовать правовые документы в своей деятельности;</li> <li>- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;</li> <li>- понимать сущность и значение информации, осознавать опасность и угрозу;</li> <li>- принять нравственные обязанности по отношению к окружающей природе, обществу, другим людям и самому себе;</li> <li>- находить нестандартные интерпретации информации и решения задач по обеспечению безопасности в ЧС;</li> <li>- понимать логику глобальных процессов в развитии политических отношений;</li> <li>- следить за динамикой основных характеристик среды безопасности и понимать их влияние на национальную безопасность России.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды;</li> <li>- способами и технологиями защиты в ЧС;</li> <li>- понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности;</li> <li>- методами обеспечения безопасности среды обитания и оказания первой помощи при ЧС;</li> <li>- понятиями о проблемах устойчивого развития и путей снижения рисков для обеспечения безопасности личности, общества и государства.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация успеваемости в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетную единицу, 72 часа.</p>
	Психология	Дисциплина «Психология» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина

		<p>реализуется на факультете психолого-педагогического образования, кафедрой педагогической психологии.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> ознакомление будущих специалистов с теоретическими основами психологической науки, а так же освоение практических навыков, необходимых для успешной учебной и профессиональной деятельности.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование у студентов знаний об особенностях психологии как науки;</li> <li>- формирование у студентов знаний об основных понятиях научной психологии;</li> <li>- формирование у студентов знаний о предмете психологии, знаний об этапах становления и развития психологии как науки, знаний о причинах перехода от одного этапа к другому;</li> <li>- формирование у студентов знаний основных направлений психологии, оказавших влияние на становление ее как науки;</li> <li>- формирование у студентов знаний об основных индивидуальных особенностях человека (темпераменте, характере, способностях) и личностных характеристиках;</li> <li>- формирование у студентов навыка проводить сравнительный анализ разных направлений психологической науки;</li> <li>- формирование у студентов навыков анализа научной психологической литературы.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>• способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</li> </ul> </li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности психологии как науки (выражающиеся в специфике ее предмета, задач, методов);</li> <li>- основные понятия научной психологии в их отличии от житейских представлений о психике; в частности, знать научные представления об основных индивидуальных особенностях человека (темпераменте, характере, способностях) и личностных характеристиках;</li> <li>- этапы становления и развития психологии как науки;</li> <li>- причины перехода от одного этапа к другому;</li> <li>- основные направления психологии, оказавшие влияние на становление ее как науки.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять анализ конкретно-научных</li> </ul>
--	--	--

		<p>психологических теорий;  - выделять критерии для их сравнительного анализа.  <i>Владеть:</i>  - навыками грамотного уместного применения понятийного аппарата изучаемой дисциплины;  - навыками самостоятельного анализа научной психологической литературы;  - навыками аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.  Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация успеваемости в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.</p>
	<p>Математика</p>	<p>Дисциплина «Математика» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете информационных систем и безопасности, кафедрой фундаментальной и прикладной математики.  <i>Цель</i> дисциплины: общематематическая подготовка студентов, необходимая для освоения математических и статистических методов в управлении и экономике; воспитание у студентов навыков логического мышления и формального обоснования принимаемых решений.  <i>Задачи:</i>  - изучение основ математического аппарата;  - выработка навыков решения типовых математических задач;  - развить логическое и алгоритмическое мышление, умение строго излагать свои мысли;  - выработка навыков к математическому исследованию теоретических и практических задач экономики и управления;  - сформировать умение выбирать математический инструментарий для построения моделей экономических процессов, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.   Дисциплина направлена на формирование следующих <i>компетенций:</i>  - способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).  В результате освоения дисциплины обучающийся должен:  Знать: основные определения, понятия и методы изучаемых разделов аналитической геометрии, линейной алгебры и математического анализа.  Уметь: решать типовые математические задачи указанных разделов, а также применять полученные знания к исследованию прикладных задач в сфере рекламы, экономики и управления.</p>

		<p>Владеть: навыками применения современного математического инструментария для решения задач в сфере рекламы, экономики и управления; методикой построения, анализа и применения математических моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических явлений в рекламе и процессов управления.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация успеваемости в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	Социология	<p>Дисциплина «Социология» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на социологическом факультете кафедрой теории и истории социологии.</p> <p><i>Цель</i> дисциплины: подготовить специалиста, обладающего знаниями об обществе как социальной реальности, процессах протекающих в нем, взаимодействии социальных групп, способах регулирования социальных отношений, навыками социологического анализа.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомить с основными социологическими теориями и развить умение применять их для объяснения социальных процессов, явлений;</li> <li>- ознакомить с социологическими терминами и ввести их в активный оборот студентов при обсуждении социальных проблем;</li> <li>- развить умение использовать основные принципы социологического метода при анализе социальных проблем;</li> <li>- способствовать формированию навыков социального проектирования, моделирования и прогнозирования;</li> <li>- способствовать формированию социально активной жизненной позиции студента.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>• способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> </ul> </li> <li>- профессиональных <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).</li> </ul> </li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные этапы развития социологической мысли и современные направления социологической теории;</li> </ul>

		<p>- уяснить определение общества как надиндивидуальной реальности и целостной саморегулирующейся системы; знать предпосылки функционирования и воспроизводства общественного целого;</p> <p>- иметь представление об основных социальных институтах, обеспечивающих воспроизводство социальных отношений;</p> <p>- иметь представление об основных этапах культурно-исторического развития обществ, механизмах и формах социальных изменений;</p> <p>- освоить социологическое понимание личности как социально-типического в индивидах, понятия социализации и социального контроля; иметь представление о личности как субъекте социального действия и социальных взаимодействий;</p> <p>- понимать групповую динамику и особенности межличностных отношений в группах; знать особенности формальных и неформальных отношений, природу лидерства и функциональной ответственности;</p> <p>- понимать механизм возникновения и разрешения социальных конфликтов;</p> <p>- знать культурно-исторические типы социального неравенства и стратификации; иметь представление о горизонтальной и вертикальной социальной мобильности;</p> <p>- иметь представление о процессе и методах эмпирического социологического исследования.</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>- применять собственно социологические термины в академической и дальнейшей профессиональной жизни;</p> <p>- находить научные объяснения протекающих в обществе процессов с помощью социологических теорий; использовать социологическое знание в совокупности с научными знаниями,</p> <p>- полученными из других дисциплин; аргументированно рассуждать об основных тенденциях в современном обществе;</p> <p>- уметь анализировать основные проблемы стратификации российского общества, возникновения классов, причины бедности и неравенства, взаимоотношений социальных групп, общностей, этносов; отличать социологическое от других видов исследования; взаимодействовать с членами общества и коллектива на основании обще разделяемых норм и ценностей.</p> <p><i>Владеть:</i> социологическим мышлением, методом социологического анализа, проектирования и моделирования социальных процессов, методами социологического исследования, навыками подготовки социологического исследования.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация успеваемости в</p>
--	--	--



		<p>форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.</p>
	<p>Основы академического письма</p>	<p>Дисциплина «Основы академического письма» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой истории и теории исторической науки.</p> <p>Цель дисциплины: подготовить учащихся к ведению самостоятельной учебно-научной деятельности.</p> <p>Задачи: формирование навыков по поиску, анализу, систематизации информации по профилю специальности, а также по подготовке письменных учебно-научных работ и устных выступлений.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>• способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> </ul> </li> <li>- общепрофессиональных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</li> </ul> </li> <li>- профессиональных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).</li> </ul> </li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные методы работы с научным текстом;</li> <li>- основные виды учебно-научных письменных работ;</li> <li>- основные составляющие научно-учебной письменной работы;</li> <li>- основные источники научной информации по своей специальности;</li> <li>- основные правила оформления научно-учебных работ.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять многоаспектный поиск источников информации в рамках своей специальности;</li> <li>- конспектировать текст в учебно-научных целях;</li> <li>- готовить устную презентацию самостоятельных результатов учебно-научной деятельности;</li> <li>- оформлять учебно-научную работу в соответствии с принятыми правилами;</li> <li>- извлекать необходимую в учебно-научных целях информацию из текста.</li> </ul>

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками поиска и сбора информации по своей специальности;</li> <li>- навыками анализа научного текста;</li> <li>- навыками написания учебно-научной работы;</li> <li>- навыками подготовки (презентации) авторского проекта по профилю специальности;</li> <li>- навыками оформления учебно-научной письменной работы.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Основы теории коммуникации</p>	<p>Дисциплина «Основы теории коммуникации» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> сформировать у студентов способность использовать научные знания в области теории коммуникации для осмысления вопросов профессиональной деятельности, определения предпосылок и перспектив решения прикладных практических задач.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) сформировать способность понимать, ситуативно систематизировать и корректно излагать в устной и письменной форме знания об изучении и реализации социальных коммуникаций;</li> <li>2) сформировать способность решать стандартные задачи интеллектуальной деятельности, включая навыки самообразования, при изучении теории коммуникации на основе информационной и библиографической культуры с применением современных информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</li> <li>3) отработать навыки эффективной научной коммуникации, включая возможность к самоорганизации и адаптации к предлагаемым организационным нормам взаимодействия как в рамках учебного процесса, так и при работе с участниками научно-образовательной кооперации.</li> </ol> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ОК-1 - способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</li> <li>• ОК-2 - способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской</li> </ul> </li> </ul>

		<p>позиции</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</li> <li>• ОК- 7 - способность к самоорганизации и самообразованию;</li> </ul> <p>- общепрофессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ОПК-1 - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производстве;</li> </ul> <p>- профессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ПК-3 - владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</li> <li>• ПК-11 - владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</li> </ul> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Знать</i> основные теории, понятия и персоналии, исторические этапы и исследовательские традиции, практики и инструменты в области изучения социальной коммуникации.</li> <li>• <i>Уметь</i> выделять историко-теоретические контексты в характеристике практик социальной коммуникации, применять общие знания для построения корректных содержательных контекстов общекультурного и профессионального взаимодействия.</li> <li>• <i>Владеть</i> ценностями, нормами, паттернами и коммуникативными моделями основных интеллектуальных традиций в изучении и реализации социальной коммуникации.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и учебных заданий, промежуточные аттестации и экзамен.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.</p>
	<p>Основы интегрированных коммуникаций</p>	<p>Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01–Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедры теории и практики общественных связей.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> освоение студентами теории и основ практик современных интегрированных коммуникаций.</p> <p><i>Задачи дисциплины:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- овладение современными научными знаниями в области использования интегрированных коммуникаций;</li> <li>- формирование потребности в расширении своих</li> </ul>

		<p>представлений в области современных интегрированных коммуникаций;</p> <p>- овладение умениями и навыками анализа и описания современных интегрированных коммуникаций.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>- общекультурных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> </ul> <p>- общепрофессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</li> <li>• умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</li> <li>• способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учётом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);</li> </ul> <p>- профессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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);</li> <li>• способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</li> <li>• способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> современные научные исследования в области использования интегрированных коммуникаций; предпосылки возникновения интегрированных коммуникаций и их ключевые понятия; принципы построения интегрированных коммуникационных кампаний; вопросы регулирования деятельности в сфере связей с общественностью и рекламы: правовое</p>
--	--	--

		<p>обеспечение связей с общественностью и рекламы; неформальные способы регулирования в области связей с общественностью.</p> <p><i>Уметь:</i> выявлять закономерности и тенденции развития процесса интегрированных коммуникаций в современных условиях рыночной экономики; выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; определять факторы интеграции коммуникаций, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками самостоятельного овладения новыми знаниями теории рекламы и связей с общественностью и практикой ее развития; навыками экспертной оценки и стратегического планирования; средствами планирования и проведения интегрированных коммуникационных кампаний и организаций, навыками организационной коммуникации, обеспечивающей создание инфраструктурных предпосылок интегрированных коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками разработки рекламной кампании и PR-акции; традиционными и современными коммуникативными технологиями.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.</p>
	<p>Практики интегрированных коммуникаций</p>	<p>Дисциплина «Практики интегрированных коммуникаций» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p><i>Цель дисциплины (модуля):</i> овладение специальными методами, технологиями и приемами деятельности современного специалиста по массовым коммуникациям в сфере интегрированных PR и рекламных коммуникаций, сформировать необходимые практические навыки для самостоятельной работы по осваиваемой специальности.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получение навыков профессиональных исследований коммуникативных процессов, затрагивающих деятельность PR-объекта;</li> <li>- овладение приемами стратегического планирования и управления текущими практиками интегрированных коммуникаций;</li> <li>- приобретение навыков подготовки различного рода PR-</li> </ul>

		<p>и рекламных текстов и использования основных каналов их доставки до целевых аудиторий в организуемых практиках интегрированных коммуникаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- овладение инструментарием осуществления различного рода практик во внутрикорпоративных коммуникациях организации;</li> <li>- овладение методами, технологиями и приемами организации различного рода PR- и рекламных практик в существующем внешнем коммуникационном пространстве организации;</li> <li>- развитие способности к определению имеющихся коммуникационных ресурсов организации событийной коммуникации и владение технологиями осуществления ивента продвижения создаваемого имиджа или бренда;</li> <li>- формирование способности самостоятельно организовать антикризисное управление и антикризисные коммуникации в ситуации репутационных угроз и владение методами, технологиями и приемами выстраивания коммуникации с целевыми группами общественности в условиях кризиса.</li> </ul> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</li> <li>• способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</li> </ul> </li> <li>- общепрофессиональных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</li> <li>• владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК-2);</li> <li>• обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</li> <li>• умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</li> <li>• способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);</li> </ul> </li> <li>- профессиональных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способностью принимать участие в управлении и</li> </ul> </li> </ul>
--	--	---

		<p>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);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</li> <li>• владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</li> <li>• владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);</li> <li>• способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);</li> <li>• способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</li> <li>• способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</li> <li>• способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>специфику формирования имиджа и репутации организации в современных бизнес-стратегиях;</li> <li>принципы взаимодействия PR-служб с основными группами общественности;</li> <li>содержание практики профессиональной деятельности PR-специалиста;</li> <li>основные модели организации текущих практик PR-коммуникаций;</li> <li>методику сбора информации по профилю деятельности;</li> <li>технологии планирования и проведения PR- и рекламных кампаний;</li> <li>технологии организации событийных практик интегрированных коммуникаций;</li> <li>методы работы с «внешней» и «внутренней» общественностью, лидерами мнений в сфере профильной</li> </ul>
--	--	---

		<p>деятельности организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>правила составления типичных PR-документов и рекламных сообщений;</li> <li>алгоритм организации антикризисного управления и антикризисных коммуникаций в ситуации репутационных угроз;</li> <li>знать технологии рекламного, пропагандистского и PR-воздействия в рамках организации практик интегрированных коммуникаций;</li> <li>специфику проведения информационного сопровождения деятельности организации.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>применять в своей деятельности основные модели практики организации коммуникации, оценивать эффективность их использования;</li> <li>самостоятельно определять группы важной для организации общественности и методы работы с ними;</li> <li>проводить опросы и другие исследования общественного мнения по тематике организации будущей практики интегрированных коммуникаций;</li> <li>анализировать полученную в ходе исследований информацию и на ее основе вырабатывать стратегию и тактику организации будущей практики интегрированных коммуникаций;</li> <li>налаживать отношения со СМИ, обладать навыками письменных коммуникаций;</li> <li>самостоятельно планировать и проводить PR- и рекламные кампании, оценивать их эффективность;</li> <li>проводить основные PR-акции: пресс-конференции, брифинги, форумы, презентации, выставки и т.п.;</li> <li>провести основные рекламные акции;</li> <li>наладить работу PR-отдела в политических, коммерческих и общественных организациях;</li> <li>оценить эффективность проведенной практики интегрированных коммуникаций;</li> <li>организовать антикризисное управление и антикризисные коммуникации в ситуации репутационных угроз;</li> <li>разрабатывать стратегию посткризисного формирования позитивного имиджа фирмы;</li> <li>самостоятельно давать рекомендации по формированию имиджа конкретного лица, компании, органов государственного управления;</li> <li>проводить внешний коммуникативный аудит текущих практик интегрированных коммуникаций ведущих брендов.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>методами социологических и маркетинговых исследований для анализа предстоящих практик интегрированных коммуникаций;</li> </ul>
--	--	--



		<p>методикой разработки сообщений для различных целевых аудиторий;</p> <p>технологиями организации текущих практик интегрированных коммуникаций различного рода компаний и фирм;</p> <p>методами и приемами медиа-рилейнза для установления безбарьерной коммуникации с журналистами;</p> <p>технологиями организации событийной коммуникации: пресс-конференции, брифинги, форумы, презентации, выставки и т.п.;</p> <p>техникой создания продающихся рекламных и PR-текстов для различных целевых аудиторий;</p> <p>приемами эффективных продаж уникальных коммуникативных предложений на рынке, а также навыками публичной презентации выводимых на рынок брендов и имиджей конкретных персон;</p> <p>технологиями планирования практик интегрированных коммуникаций и расчетом их бюджета;</p> <p>оценкой коммуникативного аудита программ интегрированного продвижения брендов товаров;</p> <p>приемами и технологиями антикризисного управления и антикризисных коммуникаций в ситуации репутационных угроз компании.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме промежуточных аттестаций, итоговый контроль в форме зачета (5-й и 6-й семестр).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.</p>
	<p>Теория и практика массовой информации</p>	<p>Дисциплина «Теория и практика массовой информации» входит в базовую учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель дисциплины: в результате изучения дисциплины студент должен овладеть целостным представлением о том, что такое медиа на современном этапе в целях решения задач рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Задачи дисциплины: обеспечить понимание студентами базовых понятий и теоретических моделей медиасферы; сформировать готовность студентов к использованию медийных методов и медиа-технологий при решении задач рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных:</li> <li>- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</li> </ul>

		<p>-способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>-способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</p> <p>- общепрофессиональных:</p> <p>-обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</p> <p>-умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</p> <p>-умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</p> <p>-способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).</p> <p>- профессиональных:</p> <p>-способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);</p> <p>-способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);</p> <p>-способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).</p> <p>В результате освоения дисциплины (<i>модуля</i>) обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия и концепции современных теорий массовой информации;</li> <li>- теоретические и практические аспекты функционирования медиасистем России и зарубежных стран;</li> <li>- особенности развития СМИ и журналистики различных исторических и национальных типов;</li> <li>- ключевые понятия в сфере современных СМК и журналистики;</li> <li>- основы журнализма, журналистского творчества;</li> <li>- базовые принципы функционирования различных СМК: печатных, радио, ТВ, Интернет, мобильных;</li> <li>- основные принципы взаимодействия СМК, связей с</li> </ul>
--	--	---

		<p>общественностью и рекламы.</p> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать теоретический, методологический, практический материал по теме курса;</li> <li>- планировать и организовывать взаимодействие служб медиа, связей с общественностью, рекламы;</li> <li>- работать как автор и менеджер с базовыми типами текстов и сообщений СМК, а также связей с общественностью и рекламы для медиа.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основами теоретической и практической деятельностью в данной сфере;</li> <li>- навыками мониторинга, анализа материалов СМК для использования в деятельности связей с общественностью и рекламы;</li> <li>- практическими навыками написания текстов в базовых жанрах СМИ, связей с общественностью, сообщений рекламы, а также конвергентных текстов.</li> </ul> <p>По дисциплине (<i>модулю</i>) предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проектных работ, кейс-стади, промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины (<i>модуля</i>) составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.</p>
	<p>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель курса – подготовить студентов к самостоятельной практической деятельности в области рекламы и связей с общественностью в корпоративных коммуникационных подразделениях.</p> <p>Задачи курса:</p> <p>Обучающие – формирование представления о специфике менеджмента в PR, типах, структуре и содержании рекламных и PR - служб компании.</p> <p>Развивающие – способствовать формированию у студентов навыков самостоятельной деятельности по созданию и управлению PR- и рекламных служб, организации их деятельности.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК:</p> <p>способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</p> <p>способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для</p>

		<p>формирования гражданской позиции (ОК-2); способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3); способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5); способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6); способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</p> <p>ОПК: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2); обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</p> <p>ПК: организационно-управленческая деятельность: способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</p> <p>проектная деятельность: владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4); способностью реализовывать проекты (ПК-5);</p> <p>коммуникационная деятельность: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-</p>
--	--	--

		<p>б);</p> <p>способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</p> <p>рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:</p> <p>способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);</p> <p>способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);</p> <p>способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);</p> <p>информационно-технологическая деятельность:</p> <p>способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);</p> <p>способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);</p> <p>способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);</p> <p>владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);</p> <p>способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знать основы организационной структуры, место и роль коммуникационных служб в ней,</li> <li>• Уметь решать задачи, связанные с планированием и организацией работы внутренних коммуникационных служб,</li> <li>• Владеть навыками управления коллективами внутренних коммуникационных служб.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты исследовательского проекта (зачет с оценкой).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	Интеллектуальные технологии	<p>Дисциплина «Интеллектуальные технологии» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> подготовить выпускника, владеющего базовыми представлениями об интеллектуальных технологиях и навыками их использования в социальной</p>

		<p>и профессиональной коммуникации.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) изучить содержание основных интеллектуальных технологий и возможности их использования в практической деятельности;</li> <li>2) сформировать у студентов способность реализовывать прикладные интеллектуальные технологии;</li> <li>3) отработать навыки применения интеллектуальных технологий в типовых социально-профессиональных ситуациях.</li> </ol> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих <i>компетенций:</i></p> <p>- общекультурных:</p> <p>ОК-1 – владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;</p> <p>ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию;</p> <p>- общепрофессиональных:</p> <p>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;</p> <p>- профессиональных:</p> <p>ПК-2 - владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;</p> <p>ПК-3 - владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</p> <p>ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Знать:</i> содержание концепции критического мышления и возможности его использования в практической деятельности;</li> <li>• <i>Уметь:</i> применять принципы и подходы критического мышления в практической деятельности;</li> <li>• <i>Владеть:</i> навыками использования критического мышления в типовых социально-профессиональных ситуациях.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме учебных заданий, итоговая аттестация в форме защиты методического проекта (зачет).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	Практикум по	Дисциплина «Практикум по профессиональному и

<p>профессиональному и деловому письму</p>	<p>деловому письму» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель дисциплины – развитие у обучающихся навыков создания и анализа профессиональных текстов.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• формирование представления о профессии к части тестовой культуры;</li> <li>• развитие у студентов «чувства» текста и навыков письменной коммуникации;</li> <li>• формирование у студентов навыков создания профессиональных текстов.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>- общекультурных:</p> <p>-способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</p> <p>-способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</p> <p>-способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>- общепрофессиональных:</p> <p>-обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</p> <p>- профессиональных:</p> <p>-владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);</p> <p>-способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</p> <p>-способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знать виды профессиональных текстов и их особенности,</li> <li>• Уметь решать задачи, связанные с созданием профессиональных PR-текстов.</li> <li>• Владеть навыками создания эффективных PR-текстов.</li> </ul>
--	--

		<p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты исследовательского проекта (зачет).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов.</p>
	<p>Критическое мышление</p>	<p>Дисциплина «Критическое мышление» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> подготовить выпускника, владеющего навыками критического мышления как инструмента действенной социальной и профессиональной коммуникации.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) изучить содержание концепции критического мышления и возможности его использования в практической деятельности;</li> <li>2) сформировать у студентов способность реализовывать принципы и методические подходы критического мышления;</li> <li>3) отработать навыки использования критического мышления в типовых социально-профессиональных ситуациях.</li> </ol> <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <p>- общекультурных:  ОК-1 – владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;  ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию;</p> <p>- общепрофессиональных:  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;</p> <p>- профессиональных:  ПК-2 - владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;  ПК-3 - владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;  ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся</i></p>



		<p><i>должен:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Знать</i> содержание концепции критического мышления и возможности его использования в практической деятельности;</li> <li>• <i>Уметь</i> применять принципы и подходы критического мышления в практической деятельности;</li> <li>• <i>Владеть</i> навыками использования критического мышления в типовых социально-профессиональных ситуациях</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме учебных заданий, итоговая аттестация в форме защиты методического проекта (зачет).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Методы количественных исследований</p>	<p>Дисциплина «Методы количественных исследований» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> подготовить выпускника, умеющего организовать и провести исследования в профессиональной сфере количественными методами.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) изучить возможности и ограничения методов количественных исследований;</li> <li>2) сформировать у студентов готовность организовать и проводить исследования количественными методами;</li> <li>3) отработать навыки составления программы исследования и написания исследовательского отчета.</li> </ol> <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <p><i>- профессиональных:</i></p> <p>ПК-9: способностью проводить маркетинговые исследования;</p> <p>ПК-11: способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Знать</i> возможности и ограничения различных методов количественных исследований (ПК-9).</li> <li>• <i>Уметь</i> организовать и провести исследование в профессиональной сфере количественными методами (ПК-9).</li> <li>• <i>Владеть</i> составлением программы исследования и написания исследовательского отчета (ПК-9, ПК-11).</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты исследовательского проекта</p>

		<p>(зачет). Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Стилистика и литературное редактирование</p>	<p>Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» является базовой частью блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется кафедрой теоретической и прикладной лингвистики института лингвистики.</p> <p><i>Цель</i> дисциплины: развитие у студентов навыков построения логически связанных, аргументированных, грамотно написанных текстов на родном языке, т.е. обучение использованию языка как инструмента не только познания, общения, но и самовыражения и воздействия на слушающего (читающего). В связи с тем, что в названии курса используется союз «и» в объединительном значении, возникает и вторая цель курса – показать основные приемы редактирования текста и стратегии выбора объектов редактирования.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Расширить и систематизировать представления о функционировании языковых единиц в типовых ситуациях.</li> <li>- Сопоставить языковые единицы в разных функциональных стилях (вариативность) и определить причины появления стилистической окрашенности; объяснить вариативность и выбор из параллельных рядов форм.</li> <li>- Сформировать представление о модели общения и продемонстрировать связь любого текста с определёнными характеристиками условий общения, особенностями участников общения и их целями.</li> <li>- Установить общие и частные закономерности сочетания языковых единиц, подчиняющихся единому содержательному, функциональному, композиционно-структурному единству, каким представляется текст как речевое произведение.</li> <li>- Сформировать языковую грамотность, то есть владение нормами письменной речи, умение контролировать собственную, пользоваться соответствующими справочными материалами, корректировать чужой.</li> <li>- Сформировать представление о соответствующих / не соответствующих нормам, правильно /неправильно построенных, адекватно / неадекватно отражающих действительность, эффективных / неэффективных текстах.</li> <li>- Сформировать навык использования при анализе и синтезе текста нормативных и иных словарей и справочных средств (традиционных и сетевых).</li> </ul>

		<p>- Развивать навыки свободной письменной речи.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>- общекультурных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>• способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> </ul> <p>- общепрофессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность понятий вариативности и нормы в языке и их проявление в реальных текстах; социально-культурную природу нормы и коммуникативные последствия любых отклонений от неё;</li> <li>- систему стилистических норм современного русского языка;</li> <li>- функционально-коммуникативную обусловленность употребления различных языковых форм в текстах разных жанров;</li> <li>- требование понятности и связности текстов разных публичных жанров;</li> <li>- принципы построения правильного рассуждения и логически непротиворечивого текста;</li> <li>- нормы полноты, достаточности и избыточности содержания текста и условия допустимости их нарушения;</li> <li>- нормы употребления языковых единиц разных уровней (лексических единиц, синтаксических конструкций, периодов), в том числе следовать требованию недвусмысленности, и условия допустимости их нарушения;</li> <li>- нормы логической структурированности текста и условия допустимости их нарушения;</li> <li>- специфику средств текстового воздействия.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <p>при анализе и создании устного и письменного текста:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- извлекать из текста содержащуюся в нём явную и неявную информацию и оценивать текст как понятный / непонятный, адекватно / неадекватно отражающий действительность, эффективный / неэффективный,</li> <li>- определять и верифицировать при помощи нормативных словарей и справочников нормативность /</li> </ul>
--	--	---

		<p>ненормативность любой языковой единицы, в том числе находить и исправлять стилистические, логические, орфографические и пунктуационные ошибки, а также уметь оценивать текст как правильно / неправильно построенный, предлагать свои варианты изменения текста,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пользуясь словарями и справочниками, определять значения незнакомых слов, выражений, терминов из разных предметных областей, подбирать к ним адекватные замены в заданном контексте,</li> <li>- оценивать коммуникативную ситуацию как требующую текстов тех или иных жанров;</li> <li>- оценивать допустимость нарушения той или иной нормы в заданном контексте,</li> </ul> <p>при порождении устного и письменного текста:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ясно, чётко, аргументировано излагать собственные мысли в письменной и устной форме, - писать грамотно, ясно, этично, - точно и достаточно полно передавать содержание любого текста своими словами.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i> техникой работы с современными текстовыми редакторами, с традиционными и интернет-справочниками, со spellчекерами.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация успеваемости в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p>
	<p>Прикладная психология социальных коммуникаций</p>	<p>Дисциплина «Прикладная психология социальных коммуникаций» в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель дисциплины – освоение студентами психологических особенностей формирования и функционирования восприятия, мышления и поведения людей в процессах социальных коммуникаций.</p> <p>Задачи: разъяснить студентам социальную природу массовых коммуникативных процессов и особенности передачи информации, обмена представлениями, установками, настроениями, чувствами в массовом общении; раскрыть основные функции массовых коммуникаций и обмена информацией в обществе в целях воздействия на социальные процессы; сформировать у студентов первичные психологические знания о массовых информационных процессах в обществе; ознакомить студентов с методами анализа массовой коммуникации.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способностью к самоорганизации и</li> </ul> </li> </ul>

		<p>самообразованию (ОК-7);</p> <p>- профессиональных:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</li> <li>• способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</li> <li>• способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</li> <li>• способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность и содержание понятий самоорганизация и самообразования, способы самообразования и самоорганизации;</li> <li>- содержание организационно-управленческой работы с малыми коллективами, специфику организации малых коллективов, способов работы с малыми коллективами;</li> <li>- коммуникационную инфраструктуру организации, сущность, содержание и структуру внешней и внутренней коммуникации;</li> <li>- сущность и содержание планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- специфику организации и проведения социологических исследований, алгоритм их проведения.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять индивидуальную траекторию развития;</li> <li>- определять содержание организационно-управленческой работы с малыми коллективами; анализировать, создавать, корректировать коммуникационную инфраструктуру организации; обеспечивать внешнюю и внутреннюю коммуникации;</li> <li>- планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия;</li> <li>- организовывать и проводить социологические исследования.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способами самообразования и самоорганизации; навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</li> <li>- инструментами создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации;</li> <li>- инструментами планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- инструментами проведения социологического</li> </ul>
--	--	---

		<p>исследования.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных работ, промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.</p>
	Социология массовых коммуникаций	<p>Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» является частью базового блока учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на социологическом факультете кафедрой политической социологии.</p> <p><i>Цель</i> дисциплины: подготовить специалиста, обладающего знаниями об обществе как социальной реальности, процессах протекающих в нем, взаимодействии социальных групп, способах регулирования социальных отношений, навыками социологического анализа.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомить с основными социологическими теориями и развить умение применять их для объяснения социальных процессов, явлений;</li> <li>- ознакомить с социологическими терминами и ввести их в активный оборот студентов при обсуждении социальных проблем;</li> <li>- развить умение использовать основные принципы социологического метода при анализе социальных проблем;</li> <li>- способствовать формированию навыков социального проектирования, моделирования и прогнозирования;</li> <li>- способствовать формированию социально активной жизненной позиции студента.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих <i>компетенций:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> </ul> </li> <li>- профессиональных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</li> <li>• способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);</li> <li>• способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12).</li> </ul> </li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся</p>

		<p>должен:</p> <p><i>Знать:</i> основные социологические теории и базовые социологические термины с учетом практик их актуального использования в научном и культурном дискурсах.</p> <p><i>Уметь:</i> применять социологические теории, концепции и понятия для объяснения социальных процессов, явлений, использовать основные принципы социологического метода при анализе социальных проблем;</p> <p><i>Владеть:</i> навыками социального проектирования, моделирования и прогнозирования; навыками необходимыми специалистам социологии массовых коммуникации.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация успеваемости в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p>
	<p>Психология массовых коммуникаций</p>	<p>Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» входит в базовую часть дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью», профиль «Связи с общественностью и коммуникативные технологии». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель дисциплины (модуля): овладение специальными знаниями, умениями и навыками в области психологии массовой политической коммуникации как компонентами формируемых в рамках подготовки студентов по направлению «Реклама и связи с общественностью» профессиональных компетенций, необходимых для эффективного осуществления научно-исследовательской, коммуникативной, консультативной и экспертной деятельности.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выработка представлений об основных психологических закономерностях функционирования массового и индивидуального сознания и поведения; формирование представлений о возможностях воздействия на сознание и поведение людей средствами массовой коммуникации;</li> <li>- введение в историю и круг современных проблем массовой коммуникации, связанных с будущей профессиональной деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- развитие способности к пониманию и использованию основных психологических закономерностей и механизмов функционирования средств массовой коммуникации;</li> <li>- развитие способности к творческому использованию основных теоретических положений и практического</li> </ul>

		<p>опыта деятельности средств массовой коммуникации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- овладение навыками современного психологического исследования процесса массовой коммуникации, его основных элементов и механизмов функционирования;</li> <li>- формирование способности самостоятельно ставить цели, связанные с использованием массовой коммуникации, выбирать технологии и психологические механизмы, необходимые для реализации этих целей.</li> </ul> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</li> <li>• способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> </ul> </li> <li>- общепрофессиональных: <ul style="list-style-type: none"> <li>• владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК-2);</li> <li>• способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</li> <li>• способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).</li> </ul> </li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать: предметное поле и историю психологии массовой коммуникации; основы методологии исследования коммуникативных процессов; возможности и ограничения использования общих и специальных методов для анализа массовой коммуникации; структуру процесса современной массовой коммуникации; психологические особенности и закономерности восприятия информации в процессе массовой коммуникации; возможности формирования установок и стереотипов средствами массовой коммуникации; соотношение механизмов убеждения и внушения в массовой коммуникации; особенности вербальных и невербальных средств передачи информации в массовой коммуникации; закономерности и уровни формирования массовых настроений.</p> <p>Уметь: анализировать научные и публицистические произведения социально-психологического и рекламного характера, выделять ключевые характеристики представленных в них коммуникативных процессов (историко-социальный контекст, субъекты и каналы коммуникации, содержание сообщений), выявлять основные идеи и теоретические подходы, сформулированные в них; анализировать современные массовые коммуникативные процессы, выявлять их</p>
--	--	---



		<p>психологические закономерности на уровне источников информации, отдельных сообщений, каналов коммуникации; проектировать массовые коммуникативные процессы целиком или их отдельные элементы (составлять сообщения с разными целями воздействия на получателей, разрабатывать ряды невербальных знаков для сообщений, передаваемых разными каналами коммуникации и т.п.); самостоятельно давать рекомендации по формированию имиджа конкретного лица, компании, органов государственного управления; спланировать рекламную акцию или целую PR-кампанию, опираясь на полученные знания курса по психологии массовой коммуникации; проводить прикладные социально-психологические исследования (опросы общественного мнения, анкетирование, интервьюирование, психологические тесты и др.).</p> <p>Владеть: методикой анализа массовых коммуникативных процессов; методикой разработки сообщений для различного типа массовой аудитории; коммуникативными навыками, методами делового общения, командной работы в условиях занятий-тренингов; потребностью в саморазвитии и самореализации, в непрерывном обучении и саморазвитии своих профессиональных компетенций; навыками творческой работы и проявлению инициативы на практических и семинарских занятиях по курсу; готовностью к проявлению себя в качестве эксперта и специалиста в сфере психологии управления массовыми коммуникациями.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме результатов работы на семинарских занятиях, промежуточная аттестация в форме зачета в первом семестре и экзамена во втором.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 7 зачетных единиц, 252 часа.</p>
	<p>Мировая и отечественная литература в массовых коммуникациях</p>	<p>Дисциплина «Мировая и отечественная литература в массовых коммуникациях» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права, кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> создать устойчивое представление о взаимосвязях мировой и отечественной литературы в контексте массовых коммуникаций информационного общества.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дать целостное представление о ходе развития</li> </ul>

		<p>мирового литературного процесса;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- показать взаимосвязь и преемственность различных литературных эпох;</li> <li>- раскрыть специфику изучаемых этапов мирового литературного развития в контексте культуры, о высших достижениях мировой литературы, имеющих непреходящее значение, сообщить определённую сумму фактов, существенных для понимания литературного процесса и формирования эстетического наслаждения от знакомства с литературными памятниками;</li> <li>- ознакомить учащихся с вершинными произведениями мировой и отечественной литературы,</li> <li>- привить навыки чтения и анализа литературных текстов, основанного на понимании образной природы искусства слова, опирающегося на принципы единства художественной формы и содержания, связи искусства с жизнью, историзма.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных: <ul style="list-style-type: none"> <li>ОК-1 – способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;</li> <li>ОК-2 – способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;</li> <li>ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</li> <li>ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</li> <li>ОК-7 – способностью к самоорганизации и самообразованию;</li> </ul> </li> <li>- общепрофессиональных: <ul style="list-style-type: none"> <li>ОПК-3 – обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.</li> </ul> </li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- хронологические границы, периодизацию и типологические особенности культурно-исторических эпох;</li> <li>- динамику мирового литературного процесса на синхроническом и диахроническом уровнях;</li> <li>- национальную специфику каждой из изучаемых в курсе национальных литератур и их взаимосвязи с литературами других народов;</li> <li>- основные магистральные сюжеты и образы мировой литературы.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p>
--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать художественный текст в его связи с культурно-историческим контекстом;</li> <li>- анализировать художественное произведение в единстве его формы и содержания;</li> <li>- пользоваться базовым аппаратом литературоведческих терминов;</li> <li>- выявлять структурные, смысловые и формальные элементы влияния медиа на литературу.</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методикой литературоведческого анализа на разных уровнях (проблемно-тематическом, структурно-композиционном, изобразительно-выразительном);</li> <li>- элементарной литературоведческой терминологией при анализе литературного произведения;</li> <li>- навыками работы с художественным текстом, исследовательской литературой, учебными пособиями.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме выполнения контрольной работы, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.</p>
	<p>Основы брендинга</p>	<p>Дисциплина «Основы брендинга» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права, кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель дисциплины: создать устойчивое представление о специфике брендинга в современной профессиональной среде.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформулировать основные подходы к понятию брендинг;</li> <li>- выявить коммуникативную структуру понятия бренд;</li> <li>- проследить этапы развития брендинга в среде интегрированных коммуникаций,</li> <li>- определить основные технологии бренд-менеджмента.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурных:</li> </ul> <p>ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общепрофессиональных:</li> </ul> <p>ОПК-2 - владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью;</p> <p>ОПК-3 - обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;</p>

		<p>ОПК-4 - умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- профессиональных;</li> </ul> <p>ПК-5 - способность реализовывать проекты и владением методами их реализации;</p> <p>ПК-7 - способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные подходы к понятию брендинг в сфере культуры;</li> <li>этапы развития бренда в мультикультурной коммуникативной среде;</li> <li>- специфику планирования брендинговых кампаний в сфере культуры;</li> <li>- функции рекламы на различных этапах брендинга товара/услуги в сфере культуры (ПК-12).</li> </ul> <p><i>Уметь</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выстраивать брендинговую коммуникацию на русском и иностранном языках в различных сферах культуры;</li> <li>- выявлять структуру бренда в сфере культуры;</li> <li>- принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний по продвижению бренда в сфере культуры;</li> <li>- разрабатывать продвигать средствами рекламы и PR проект в сфере культуры.</li> </ul> <p><i>Владеть</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками межличностного и межкультурного взаимодействия в условиях международного позиционирования бренда;</li> <li>- навыками построения мультикультурных бренд-коммуникационных компаний;</li> <li>- навыками участия и планировании, подготовке и проведении брендинговых кампаний и мероприятий в области культуры;</li> <li>- навыками работы в области брендинга в организациях и учреждениях культуры, средствах массовой информации.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме практического исследования (case-study), промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	Речевые коммуникации	Дисциплина «Речевые коммуникации» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки

		<p>42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p><i>Цель дисциплины</i> – дать студенту системное представление о речевой коммуникации, заложить основы его становления как профессиональной языковой личности, способствовать овладению монологической, диалогической и полилогической речи и обучить основным видам речевой деятельности с учетом этических и психолингвистических аспектов общения.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) изучить основные понятия дисциплины, иметь общее представление о роли языка и механизме речи в процессе коммуникации;</li> <li>2) усовершенствовать навыки слушания, говорения, аудирования и письма на родном языке;</li> <li>3) уяснить основные законы использования родного языка и уметь пользоваться ими в речевой коммуникативной ситуации;</li> <li>4) овладеть стратегиями воздействия при построении монологического, диалогического и полилогического высказываний.</li> </ol> <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5) ;</li> <li>- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</li> <li>- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);</li> <li>- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);</li> <li>- способность участвовать в создании эффективной</li> </ul>
--	--	---

		<p>коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</i></p> <p><i>Знать:</i> речевые жанры разной коммуникативной направленности (включая жанр рекламы); речевые стратегии воздействия (убеждения и переубеждения); принципы формулирования устного монологического высказывания и ведения профессионального диалога; этические, социо- и психолингвистические аспекты речевой коммуникации (ОК-6, ОПК-3).</p> <p><i>Уметь:</i> использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; выявлять такие достоинства прочитанного (услышанного) выступления как точность, интенциональность и ответственность (на примере рекламных и других персуазивных текстов); корректно реагировать на релевантные (и нерелевантные) доводы и аргументы партнёра по коммуникации; применять на практике правила структурирования и соотнесения логических частей самостоятельного монологического высказывания; высказывать свою точку зрения, используя канонические (этнос, пафос, логос) и неканонические стратегии убеждения и переубеждения партнёра по коммуникации (ОК-5, ПК-1).</p> <p><i>Владеть:</i> нормами культуры речи; навыками рационального чтения, слушания, говорения и письма; методикой подготовки и исполнения публичного выступления; умениями тестировать речевое поведение партнёра в заданной коммуникативной ситуации (ОПК-6, ПК-6).</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация (зачет) в форме написания и произнесения публичной речи по избранной теме (с последующим обсуждением).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.</p>
	<p>Конфликтология</p>	<p>Дисциплина «Конфликтология» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете ФИПП кафедрой культуры мира и демократии.</p> <p>Цель дисциплины: дать бакалаврам систематизированные знания о конфликтологической науке, занимающейся анализом основных причин, проявлений, функций и последствий социальных конфликтов, а также способов, методов и технологий их прогнозирования, профилактики, управления и</p>

		<p>разрешения, способствовать пониманию сложности явлений и процессов, с которыми сталкивается управленческая деятельность в современном обществе.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дать представление о предмете, методах и основных категориях общей конфликтологии; сформировать соответствующие предметные компетенции;</li> <li>- раскрыть содержание основных теоретических подходов к анализу сущности, социальных функций, особенностей проявления, структуры и динамики конфликтов в общественной и организационной сферах жизни.</li> <li>- ознакомить студентов с современными концепциями конфликтологического менеджмента (картографирование, прогнозирование, предупреждение, управление, регулирование, разрешение и трансформация конфликта);</li> <li>- сформировать способности концептуализации и операционализации современных политических практик в терминах социальной и организационной конфликтологии;</li> <li>- выработать практические навыки исследования конфликтов в сфере социальных и организационных отношений, а также навыки в области конфликтного менеджмента; развивать способность разбираться в конфликтных ситуациях, осуществлять поиск и анализ необходимой конфликтологической информации, оценивать ее значимость для процесса принятия управленческих решений;</li> </ul> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</li> <li>- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</li> <li>- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> </ul> <p>способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>знать:</i></p> <p>основные понятия и категории общей и организационной конфликтологии, специфику и особенности ее объекта и предмета, особенности природы современных конфликтов, их типологии, основы методологии исследования конфликтных ситуаций, пути разрешения и предотвращения конфликтов; сущность и виды кризисов;</p>
--	--	--

		<p>социологическую и психологическую традиции изучения конфликтов; статические и динамические характеристики конфликтов; механизм институционализации конфликтов; особенности конфликтного взаимодействия: понятия мотива, цели, стратегии и тактики; возможности диагностики и картографирования конфликтов; основные закономерности индивидуального, группового и массового конфликтного поведения; методы и технологии профилактики, урегулирования и разрешения конфликтов; основные принципы организации переговорного процесса;</p> <p><i>уметь:</i></p> <p>определять объективные и субъективные причины, вызывающие конфликт, общие и специфические механизмы возникновения и развития конфликтов, анализировать структуру конфликта и выявлять основные факторы его динамики, этапы протекания ;применять методы предупреждения и регулирования конфликтов, разрабатывать меры его профилактики; критически оценивать различные теоретические школы, занимающиеся анализом и проблемами урегулирования конфликтов; применять теоретические знания к анализу конкретных конфликтов;</p> <p><i>владеть:</i></p> <p>инструментарием и навыками конфликтологического анализа и прогнозирования, методиками и техниками эмпирических исследований социального конфликта, в т.ч. методики картографирования и диагностики конфликта; навыками выработки мер по его разрешению; навыками рационального поведения в конфликтных ситуациях; эффективного общения в конфликте; ведения переговорного процесса, направленного на разрешение конфликта; прогнозирования конфликтов; командной работы в условиях проведения конфликтологических тренингов;</p> <p>Дисциплина предполагает различные виды и формы устного и письменного контроля знаний студентов. В том числе устные формы контроля реализуются в рамках семинарских и практических занятий, в то время, как письменные реализуются в рамках проведения промежуточной и итоговой письменной аттестаций (зачет).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p>
	<p>Коммуникационные кампании и мероприятия</p>	<p>Дисциплина «Коммуникационные кампании и мероприятия» входит в базовую учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью», профиль «Связи с общественностью и коммуникативные технологии». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права</p>



		<p>кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель курса – подготовить студентов к самостоятельной практической деятельности в сфере организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Задачи курса:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обучающие – формирование представления о структуре и содержании кампании в области связей с общественностью, их концептуальных основах и моделях построения.</li> <li>2. Развивающие – способствовать формированию у студентов навыков самостоятельного исследования проблемного поля в предлагаемой сфере: планирование и программирования (стратегический анализ, разработка предложения, утверждение программы), осуществление действий и коммуникаций (реализация программы), оценки программы (результаты, последствия, коррективы), как основы будущей профессиональной деятельности выпускника факультета.</li> </ol> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</li> <li>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</li> <li>- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).</li> <li>- 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);</li> <li>- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</li> <li>- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</li> </ul> <p>проектная деятельность:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- владение навыками подготовки проектной</li> </ul>
--	--	---

		<p>документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);</li> </ul> <p>коммуникационная деятельность:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</li> <li>- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</li> </ul> <p>рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9);</li> <li>- способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);</li> <li>- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);</li> </ul> <p>информационно-технологическая деятельность:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);</li> <li>- способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);</li> <li>- способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);</li> <li>- способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Знать основные типы коммуникационных кампаний и их особенности</li> <li>- Уметь решать задачи, связанные с планированием и организацией коммуникационных кампаний</li> <li>- Владеть навыками организации и проведения коммуникационных кампаний</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты исследовательского проекта (экзамен)</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	Теория и практика формирования сообществ	Учебный курс «Теория и практика организации сообществ» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с

		<p>общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель учебного курса – обеспечить прирост знаний обучаемых о теоретических основах организации сообществ, о методах, технологиях и практических направлениях создания сообществ в интересах определенной организации (региона).</p> <p>Задачи: изучить предпосылки, основные технологические подходы и инструменты формирования сообществ, овладеть основами практики формирования сообществ изучить типологию сообществ, прикладные возможности на основе конкретных теоретических подходов при решении задач формирования сообществ.</p> <p>В результате изучения курса студенты приобретают следующие компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ОК-2 - способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.</li> <li>– ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</li> <li>– ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию.</li> <li>– 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.</li> <li>– ПК-2 - владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.</li> <li>– ПК-10 - способность организовывать и проводить социологические исследования.</li> <li>– ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</li> </ul> <p>По освоению учебного курса «Теория и практика организации сообществ» обучаемые должны <i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные понятия – теории организации сообществ («социальное действие», «социальная структура», «общественное производство», «организация», «социальная группа», «малая группа», «сообщество»);</li> <li>– понятия и средства реализационного аспекта теории сообществ («стратегия», «технология», «проектирование», «социальная инженерия и дизайн», «метод», «средство организационной деятельности»);</li> <li>– содержание современных технологических подходов к</li> </ul>
--	--	---

		<p>формированию сообществ в интересах организации (региона).</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить описание и анализ социальной потребности и управленческого заказа на организацию сообществ;</li> <li>– строить базовые схемы системы сообществ в интересах организации (региона);</li> <li>– выработать обоснованные проектные и технологические предложения по организации сообществ в конкретной социально-экономической и политической ситуации.</li> </ul> <p><i>владеть:</i> навыками личного саморазвития, практическими приемами и инструментами формирования сообщества.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часов.</p>
	<p>Политический PR и политическая реклама</p>	<p>Дисциплина «Политический PR и политическая реклама» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель дисциплины (модуля): сформировать у студентов научное представление о том, в чем заключается сущность политического PR и политической рекламы в современных политических коммуникациях, о специфике применения основных средств и методов политической PR-деятельности, а также о психологических особенностях воздействия применяемых технологий политического PR и политической рекламы на массовое сознание избирателей.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• определить роль политического PR и политической рекламы в практиках политических коммуникаций современного общества;</li> <li>• изучить сущностные характеристики технологий политического PR и политической рекламы и необходимость их применения в политических PR-кампаниях;</li> <li>• ознакомить студентов с основными технологиями и методами воздействия политического PR и политической рекламы на электоральное поведение;</li> <li>• сформировать практические навыки анализа проводимых отечественных и зарубежных политических PR-кампаний у студентов;</li> <li>• проанализировать методы анализа эффективности PR-кампаний политических партий и</li> </ul>

		<p>отдельных политиков в ходе проведенных ими избирательных кампаний.</p> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ОК (код и содержание); способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1); способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2); способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3).</li> <li>• ОПК (код и содержание); способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).</li> <li>• ПК (код и содержание); способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6); способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> основные теоретические и методологические подходы к анализу складывающегося</p>
--	--	--

перед началом проведения политической PR-кампании событийного контекста для определения ее стратегии и тактики; ряд специальных понятий данного курса по специфике осуществления PR-кампаний в сложившихся политических коммуникациях современного общества, дающих возможность студентам использовать в рамках своей специальности по рекламе и связям с общественностью новые усвоенные в данном курсе для них концепции и положения; специфику осуществления основных технологий и методов воздействия политического PR и политической рекламы на электоральное поведение; правовые и этические аспектами деятельности PR-специалиста в сфере политического PR и политической рекламы.

*Уметь:* использовать теоретический материал данного учебного курса для выработки собственного понимания и оценки эффективности проводимых PR-кампаний политическими партиями и отдельными политиками в ходе их избирательных кампаний; определять специфику формирования имиджа политических лидеров и политических партий в ходе проводимых ими политических PR-кампаний, исходя из сложившегося событийного контекста перед началом такой кампании; выявлять проблемные зоны в общественном восприятии отечественных политических процессов и явлений, чтобы на этой основе выстраивать политическую PR-кампанию, целью которой является выработка мер корректирующего политического воздействия на личность, согласованного с ранее выработанными в ходе политической коммуникации с данными электоральными группами представлениями о специфике осуществления современной российской публичной политики; применять современные политические PR-технологии планирования и проектирования политических событий в современном социально-политическом пространстве.

*Владеть:* практической компетенцией по вопросам политико-психологического и политико-социологического исследований, имеющихся политических представлений, сформировавшихся в рамках текущих современных российских политических коммуникативных практиках, становящихся основой для определения политических PR-технологий и методов воздействия политического PR и политической рекламы на электоральное поведение граждан; техниками проектирования будущей политической PR-кампании, исходя из ранее проведенных политико-психологических и политико-социологических исследований; самостоятельным анализом и прогнозом действий со стороны оппонентов и электората на предлагаемый ход политической PR-кампании с целью ее корректировки в связи с изменяющейся политической ситуацией в среде, в

		<p>которой проводится данная PR-кампания.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме результатов работы на семинарских занятиях, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Межкультурная коммуникация</p>	<p>Дисциплина «Межкультурная коммуникация» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> сформировать у студентов готовность работать в мультикультурной (полиэтнической, многонациональной) среде, эффективно общаться с представителями основных деловых культур.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) способствовать осознанию этнических стереотипов своей собственной и других культур;</li> <li>2) повысить уровень культурной сензитивности (восприимчивости) и расширить «культурный горизонт» за счет овладения коммуникативными паттернами и стратегиями иных культур;</li> <li>3) отработать навыки межкультурной коммуникации, включая применение невербальных средств.</li> </ol> <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <p>ОК-5: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>ОК-6: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Знать</i> ценности, нормы, ролевые структуры, коммуникативные модели основных деловых культур(ОК-5, ОК-6).</li> <li>• <i>Уметь</i> вживаться в другую культуру, вести себя в соответствии с нормами и правилами чужой культуры и налаживать межличностные отношения с представителями основных деловых культур(ОК-5, ОК-6).</li> <li>• <i>Владеть</i> ценностями, нормами, ролевыми структурами и коммуникативными моделями основных деловых культур(ОК-5, ОК-6).</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и аналитико-синтетических заданий,</p>

		<p>промежуточная аттестация в форме защиты проекта (зачет).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	<p>Коммуникационный менеджмент</p>	<p>Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель курса – подготовить студентов к деятельности по комплексному управлению коммуникационными процессами в коммерческих и некоммерческих структурах.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование представления об управлении коммуникациями как стратегического направления развития современной организации;</li> <li>- развитие навыков у студентов к самостоятельной деятельности в области коммуникационного менеджмента.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</li> <li>- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</li> <li>- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</li> <li>- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).</li> <li>- организационно-управленческая деятельность: способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);</li> <li>- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</li> </ul>



		<p>владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);          проектная деятельность:          владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);          способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);          коммуникационная деятельность:          способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);          способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знать специфику управления коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях.</li> <li>• Уметь решать задачи, связанные с управлением коммуникациями.</li> <li>• Владеть навыками реализации проектов в области коммуникационного менеджмента.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты исследовательского проекта (экзамен).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	<p>Проектирование социальных коммуникаций</p>	<p>Дисциплина «Проектирование социальных коммуникаций» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель дисциплины – освоение студентами тактики и стратегии проектирования современных социальных коммуникаций и их особенностей.</p> <p>Задачи: овладение современными научными знаниями в области социальных коммуникаций, формирование потребности в расширении своих представлений в области проектирования современных социальных коммуникаций.</p> <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая</li> </ul>

		<p>социальные этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</li> <li>- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</li> <li>- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</li> <li>- владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);</li> <li>- способность реализовывать проекты и владением методом их реализации (ПК-5);</li> <li>- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).</li> </ul> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать:</i> основы психологических отношений в коллективе; психологические, социальные, коммуникативные и технические особенности социальных коммуникаций, основные понятия, связанные с проектной документацией,</p> <p><i>Уметь:</i> основные понятия, связанные с проектной документацией, выбирать удачную стратегию социальных коммуникаций; анализировать и давать оценку коммуникации объекта и субъекта, коммуникационных потоках, службах, системах, разбираться в литературе по социально-коммуникативной проблематике,</p> <p><i>Владеть:</i> коммуникационных потоках, службах, системах, разбираться в литературе по социально-коммуникативной проблематике, навыками коммуникаций в социальной сфере, основными методами преодоления коммуникационных барьеров в условиях документальной коммуникации.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме коллоквиума, промежуточный контроль в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часов.</p>
	Международные отношения	<p>Дисциплина «Международные отношения» входит в базовую часть учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой культуры мира и демократии.</p> <p>Целью данного курса является приобретение студентами знаний о системе международных отношений и ключевых проблемах международного взаимодействия, требующих политического регулирования.</p>

		<p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выявить основные проблемы современной системы международных отношений на глобальном и региональном уровнях;</li> <li>• дать представление о требованиях, предъявляемых к современному специалисту в области международных отношений, осуществляющему свою деятельность в России и за рубежом;</li> <li>• изучить теоретические основы и традиции исследования системы международных отношений;</li> <li>• освоить формы и методы работы информационными материалами, содержащими информацию по международным отношениям сегодня и в исторической ретроспективе;</li> <li>• научить успешным приемам представления своей аналитической позиции по широкому спектру проблем международного сотрудничества.</li> </ul> <p>Предмет курса – изучение некоторых наиболее актуальных аспектов современных международных отношений, что дает студентам возможность получить достаточно широкие представления о современных научных дискуссиях и наиболее популярных темах, обсуждаемых современными зарубежными и отечественными специалистами.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Общекультурные компетенции (ОК):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</li> <li>- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</li> <li>- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</li> </ul> <p>Профессиональные компетенции (ПК):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать основные проблемы международной коммуникации на межгосударственном и межличностном уровнях, тенденции трансформации практик международного взаимодействия и развития институтов международного взаимодействия, формы и методы работы с источниками, содержащими информацию по текущему состоянию международных отношений..</p> <p>Уметь: предлагать аналитические решения отдельных конфликтных ситуаций, основанные на</p>
--	--	---

		<p>анализе контекста международного диалога.</p> <p>Владеть: навыками поиска и анализа информации по различным тематическим направлениям развития системы мирного регулирования.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме формы устного и письменного контроля знаний студентов. В том числе устные формы контроля реализуются в рамках семинарских и практических занятий, в то время, как письменные реализуются в рамках проведения текущей письменной аттестаций, промежуточный контроль в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p>
	<p>PR-консалтинг</p>	<p>Дисциплина «PR-консалтинг» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель курса – подготовить студентов к самостоятельной практической деятельности консультанта в области связей с общественностью.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование представления о специфике работы в сфере консалтинга.</li> <li>- развитие навыков у студентов к самостоятельной консалтинговой деятельности в области связей с общественностью.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>-способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>-способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> </ul> <p>ОПК:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</li> <li>-владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);</li> <li>-обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</li> </ul>

		<p>-умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</p> <p>-умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).</p> <p>ПК:</p> <p>-организационно-управленческая деятельность:</p> <p>способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);</p> <p>-владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</p> <p>-владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</p> <p>проектная деятельность:</p> <p>-способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);</p> <p>коммуникационная деятельность:</p> <p>-способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</p> <p>-способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</p> <p>рекламно-информационная деятельность:</p> <p>-способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знать особенности рынка и PRконсалтинговых услуг в области связей с общественностью в России и в мире,</li> <li>• Уметь решать задачи, связанные в работой PR-консультанта,</li> <li>• Владеть навыками управления карьерой в области профессионального PR-консультирования.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты исследовательского проекта (зачет).</p>
--	--	--

		Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.
	Историография социокультурной коммуникатологии	<p>Дисциплина «Историография социокультурной коммуникатологии» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой истории и теории исторической науки.</p> <p>Цель курса: подготовить специалиста, обладающего глубокими знаниями о становлении и развитии принципов профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, умеющего применить эти знания в конкретной трудовой и исследовательской практике.</p> <p>Задачи курса:</p> <p>Изучить историографические источники по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>Определить основные векторы развития профессионального знания в области рекламы и связей с общественностью на протяжении XIX–XX вв.;</p> <p>Рассмотреть современные характеристики коммуникативной деятельности, выявить основополагающие тенденции развития рекламного бизнеса и связей с общественностью в XXI в.</p> <p>Усвоить критерии различия историографических источников по рекламе и связям с общественностью и соответствующих историографических фактов;</p> <p>Овладеть необходимой профессиональной терминологией;</p> <p>Научиться выделять в потоке современной профессиональной литературы наиболее актуальные концепции, обладающие значительной степенью новизны с точки зрения заявленной исследовательской или конкретно-прикладной проблемы, методологических установок автора, используемой им источниковой базы;</p> <p>Развить навыки профессионального представления результатов собственных проектов в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Общекультурные компетенции (ОК):</p> <p>способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</p> <p>способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</p> <p>способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</p> <p>способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</p>

		<p>Профессиональные компетенции (ПК): способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: основы философских знаний; основные этапы и закономерности исторического развития общества; принципы и методы эффективной командной работы при толерантном восприятии социальных, этнических, конфессиональных и культурных различия взаимодействия; принципы и технологии, методы и средства самоорганизации и самообразования; основы и структуру самостоятельной работы; особенности вида деловой коммуникации, связанного с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>Уметь: использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия взаимодействия при работе в команде; самостоятельно организовывать свою деятельность, заниматься самообразованием; понимать основы и структуру самостоятельной работы, абстрактно мыслить, обобщать, анализировать, воспринимать информацию; осуществлять вид деловой коммуникации, связанный с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>Владеть: навыками использования основ философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; навыками анализа основных этапов и закономерностей исторического развития общества для формирования гражданской позиции; способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия взаимодействия; способностью к самоорганизации и самообразованию; основами и структурой самостоятельной работы, навыками конспектирования устных сообщений, культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов как одним из видов коммуникации.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проекта историографического обзора выпускной квалификационной работы, промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
--	--	--

	<p>Исследования в связях с общественностью</p>	<p>Дисциплина «Исследования в связях с общественностью» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> подготовить выпускника, умеющего организовать и провести исследования в сфере связей с общественностью.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) изучить возможности и ограничения методов исследований в сфере связей с общественностью;</li> <li>2) сформировать у студентов готовность организовать и проводить исследования в сфере связей с общественностью;</li> <li>3) отработать навыки составления программы исследования и написания исследовательского отчета.</li> </ol> <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <p>ПК-10: способность организовывать и проводить социологические исследования;</p> <p>ПК-11: способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Знать</i> возможности и ограничения различных методов в сфере связей с общественностью (ПК-10).</li> <li>• <i>Уметь</i> организовать и провести исследования в сфере связей с общественностью(ПК-10).</li> <li>• <i>Владеть</i> навыками составления программы исследования и написания исследовательского отчета(ПК-10, ПК-11).</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты исследовательского проекта (зачет).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Мировые коммуникационные процессы</p>	<p>Учебный курс «Мировые коммуникационные процессы» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель учебного курса – сформировать теоретико-методологический базис на основе изучения взаимосвязи научных исследований в области глобальных коммуникационных процессов.</p> <p>Задачи: выработать практические навыки для</p>



		<p>анализа текущего состояния и перспектив развития глобальных коммуникаций; изучить основные характеристики функционирования глобальных коммуникаций; овладеть основами практики анализа глобальных коммуникаций и выявления прикладных возможностей и пределов конкретных теоретических подходов при решении задач оптимизации коммуникативных практик в различных практических контекстах.</p> <p>В результате изучения курса студенты приобретают следующие компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ОК-2. способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.</li> <li>– ОК-6. способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</li> <li>– ОК-7. способность к самоорганизации и самообразованию.</li> <li>– ОПК-4. умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.</li> <li>– 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.</li> <li>– 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.</li> <li>– ПК-2. владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.</li> <li>– ПК-10. способность организовывать и проводить социологические исследования.</li> <li>– ПК-11. способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</li> <li>– ПК-12. способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</li> </ul> <p>В результате освоения курса обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> научный терминологический аппарат, использующийся для описания глобальных коммуникационных процессов; основные теории</p>
--	--	--

		<p>коммуникационной и информационной глобалистики; основные технологии управления коммуникациями; методы исследования и описания коммуникативных практик.</p> <p><i>Уметь:</i> проводить исследования в глобальном коммуникативном пространстве; изучать основные характеристики функционирования глобальных коммуникаций; обоснованно оценивать целесообразность применения тех или иных технологий управления коммуникациями.</p> <p><i>Владеть:</i> практическими навыками анализа текущего состояния и перспектив развития глобальных коммуникаций; основами практики анализа глобальных коммуникаций и выявления прикладных возможностей и пределов конкретных теоретических подходов при решении задач оптимизации коммуникативных практик в различных практических контекстах.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа.</p>
	<p>Физическая культура и спорт</p>	<p>Дисциплина «Физическая культура и спорт» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется кафедрой физического воспитания РГГУ.</p> <p><i>Цель</i> дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств и методов физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;</li> <li>- знание научно - биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;</li> <li>- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый образ жизни, физическое совершенствование и самовоспитание, привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;</li> <li>- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в</li> </ul>

		<p>физической культуре и спорте;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей физической подготовленности к будущей профессии и быту;</li> <li>- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих <i>компетенций</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</li> <li>• способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- влияние практических навыков и умений, знания оздоровительных систем физической культуры на укрепление здоровья, профилактику, общих, профессиональных заболеваний и вредных привычек;</li> <li>- методы контроля, самоконтроля и оценки физического развития и физической подготовленности;</li> <li>- правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры, комплексы развития и совершенствования физических качеств, общей физической подготовки (ОФП) с использованием как традиционных, так и современных средств физической культуры и спорта;</li> <li>- выполнять простейшие приемы самомассажа и релаксации;</li> <li>- осуществлять творческое сотрудничество в коллективных формах занятий физической культурой;</li> <li>- использовать приобретенные знания и навыки при организации «фоновых» занятий физической культурой и спортом в трудовых коллективах будущей профессиональной деятельности, на отдыхе;</li> <li>- использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для повышения работоспособности, сохранения и укрепления здоровья, подготовки к профессиональной деятельности в процессе активной творческой деятельности по формированию здорового образа жизни.</li> </ul> <p>владеть</p>
--	--	--

		<p>- знаниями биологических основ физической культуры и здорового образа жизни.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточный контроль успеваемости в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Политология</p>	<p>Дисциплина «Политология» является дисциплиной базовой части учебного плана направления подготовки № 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теоретической и прикладной политологии.</p> <p>Цель дисциплины: освоение базовых знаний в области политической науки для подготовки к изучению блока профессиональных и специальных дисциплин, связанных с технологиями рекламы и развития связей с общественностью, используемых в современных политических кампаниях.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● показать место и роль политической науки в системе современного социально-гуманитарного знания;</li> <li>● раскрыть логику построения политической науки и использования ее категориально-понятийного аппарата;</li> <li>● рассмотреть основные парадигмы современной политологии;</li> <li>● проанализировать субстанциональные свойства политики и ее взаимоотношения с другими сферами социальной действительности;</li> <li>● выявить особенности постановки проблемы власти в современных политических теориях;</li> <li>● определить специфику анализа стратификационных, институциональных и неинституциональных основ политики;</li> <li>● обосновать принципы исследования политических систем, политических режимов, политических процессов.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</li> <li>● способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</li> <li>● способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);</li> <li>● способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</li> <li>● способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль</li> </ul>

		<p>рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● знать понятийно-категориальный аппарат и логику построения политических теорий, основные парадигмы и направления теоретического анализа политики;</li> <li>● уметь использовать теоретические представления и концепции для приобретения новых знаний применительно к сфере профессиональной деятельности в условиях изменяющейся социально-политической реальности;</li> <li>● владеть навыками осмысления процессов и явлений, происходящих в политической сфере, которое связано с пониманием возможностей использования технологий рекламы и развития связей с общественностью для решения задач, возникающих при выполнении профессиональных функций в социально-политической сфере.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме коллоквиумов и письменных контрольных работ, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.</p>
<p>Вариативная часть (обязательные дисциплины)</p>		
<p>Мировая культура в социальных коммуникациях</p>		<p>Дисциплина «Мировая культура в социальных коммуникациях» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права, кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создать устойчивое и развернутое представление о механизмах современной культуры и ее специфике,</li> <li>- обусловленной развитием социальных коммуникаций.</li> </ul> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обозначить различные подходы к понятию культуры;</li> <li>- создать у студентов представление о доминирующих мифах и архетипах в мировой культуре;</li> <li>- проследить влияние социальных коммуникаций информационного постиндустриального общества на сферу мировой культуры.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-1 - способность использовать основы</p>

		<p>философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</p> <p>ОК-2 - способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции,</p> <p>ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия,</p> <p>ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию,</p> <p>ОПК-3 - обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга</p> <p>ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p><b>Знать</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- различные подходы к понятию культуры;</li> <li>- смысловое наполнение основных определений культуры;</li> <li>- понятия мифа и архетипа, их проявления в различных сферах культуры;</li> <li>- основные этапы развития культуры.</li> </ul> <p><b>Уметь</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять универсальные мифы и архетипы в различных областях культуры;</li> <li>- проводить структурный анализ произведений культуры;</li> <li>- атрибутировать различные произведения культуры;</li> <li>- прослеживать влияние социальных коммуникаций на явления культуры.</li> </ul> <p><b>Владеть</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными навыками семиотического анализа;</li> <li>- системными представлениями о структуре современной культуры.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме креативного письма и творческой беседы (коллоквиума), итоговая аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	Русское и мировое искусство в социальных коммуникациях	Дисциплина «Русское и мировое искусство в социальных коммуникациях» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.

		<p>Цель дисциплины: является формирование общепрофессиональной компетенции знания истории искусства как целостной и динамично развивающейся системы и умение применить эти знания в конкретной исследовательской практике.</p> <p>Задачи:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) формирование представления об основных этапах становления архитектурных стилей в русском и мировом искусстве;</li> <li>2) формирование системы историко-культурных представлений о развитии культурной модели в государствах мира;</li> <li>3) овладеть необходимой искусствоведческой и культурологической терминологией;</li> <li>4) развить навыки профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области истории культуры;</li> </ol> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</p> <p>способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы философских, религиозных, искусствоведческих знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности;</li> <li>- специфику развития архитектуры в различных регионах мира.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <p>решать задачи профессиональной деятельности на основе полученных знаниях о культуре российских регионов</p> <p>Владеть:</p> <p>способностью к разработке информационного обеспечения в социокультурных проектах в тематике деятельности организаций и учреждений культуры и массовых коммуникаций.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме письменных аттестаций, итоговая аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.</p>
	Визуальные	Дисциплина «Визуальные коммуникации» входит в

	<p>коммуникации</p>	<p>вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель дисциплины заключается в изучении коммуникативных функций основополагающих функций восприятия визуальной информации.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование представления о визуальных коммуникациях как о процессе коммуникации (передачи информации) посредством визуального языка (изображений, знаков, образов, типографики, инфографики), с одной стороны, и визуального восприятия (органов зрения, психологии восприятия)– с другой;</li> <li>- функции визуальных коммуникаций в современном коммуникационном пространстве;</li> <li>- сформировать основы понимания визуальной журналистики;</li> <li>- развить навыки профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области современной теории коммуникации;</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-основы графического дизайна, в который входят иллюстрации, типографические шрифты, каллиграфические надписи, графическое оформление упаковки, орнаментов, обложек книг, торговой и иной рекламы, оформление выставок и витрин магазинов, фильмов и телепередач и т.п.;</li> <li>- функции графического дизайна;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять «визуальные» PR-тексты;</li> <li>- разрабатывать схематическое представление дизайн-макета визуального PR-текста</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструментами и средствами создания визуального контента.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме</p>
--	---------------------	--



		<p>письменных аттестаций, итоговая аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.</p>
	<p>Интернет-технологии и новые медиа в PR</p>	<p>Дисциплина «Интернет-технологии и новые медиа» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель курса – дать общее понятие о существующих возможностях продвижения в среде интернет, используя как традиционные ресурсы, так и ресурсы WEB 2.0.</p> <p>Задачи курса:</p> <p>Обучающие – формирование представления о специфике PR и рекламы в интернете, типах, структуре и содержании интернет-кампании, концептуальных основах и моделях построения в зависимости от масштабов кампании; обучение использованию новейших интернет-технологий в реализации интернет-кампаний.</p> <p>Развивающие – способствовать формированию у студентов навыков самостоятельной деятельности по продвижению в среде интернет, планированию и программированию (стратегический анализ, разработка предложения, утверждение программы) и организации их деятельности как части профессиональной деятельности выпускника факультета.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>-способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</li> </ul> <p>ОПК:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</li> <li>-умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</li> <li>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</li> <li>способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований</li> </ul>

		<p>информационной безопасности (ОПК-6).  ПК:  -владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);  -владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);  -способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);  -способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);  -способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);  -способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);  -способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).  В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знать основные направления профессиональной коммуникативной деятельности в сети интернет.</li> <li>• Уметь решать практические задачи интернет-коммуникации.</li> <li>• Владеть навыками профессионального работы в интернете.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты исследовательского проекта (экзамен).  Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	<p>Организация работы коммуникационного агентства</p>	<p>Дисциплина «Организация работы коммуникационного агентства» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.  Цель курса – подготовить студентов к самостоятельной практической деятельности в области рекламы и связей с общественностью в корпоративных коммуникационных подразделениях.  Задачи курса:  - формирование представления о специфике менеджмента в PR, типах, структуре и содержании работы коммуникационных агентств.</p>

		<p>- развитие способностей у студентов навыков самостоятельной деятельности по созданию и управлению коммуникационным агентством.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p><b>ОК:</b></p> <p>способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</p> <p>способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</p> <p>способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);</p> <p>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</p> <p>способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</p> <p><b>ОПК:</b></p> <p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</p> <p>владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</p> <p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</p> <p>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</p> <p><b>ПК:</b></p> <p>организационно-управленческая деятельность:</p> <p>способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);</p> <p>владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</p> <p>владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</p>
--	--	---

		<p>проектная деятельность:  владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);  способностью реализовывать проекты (ПК-5);</p> <p>коммуникационная деятельность:  способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);  способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</p> <p>рекламно-информационная деятельность:  способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);</p> <p>рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:  способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);  способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);  способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);</p> <p>информационно-технологическая деятельность:  способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);  способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);  способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);  владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);  способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знать основы организационной структуры коммуникационного агентства, цели, задачи, миссию.</li> <li>• Уметь решать задачи, связанные с планированием и организацией работы коммуникационного агентства.</li> <li>• Владеть навыками управления проектной деятельности в рамках коммуникационного агентства.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды</p>
--	--	--

		<p>контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты исследовательского проекта (зачет).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Профессиональная этика и деловой этикет</p>	<p>Дисциплина «Профессиональная этика и деловой этикет» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель дисциплины: развить способность специалистов по рекламе и связям с общественностью к самостоятельной профессионально-нравственной ориентации в рамках осуществляемых деловых контактов. Задачи: сформировать у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью систему знаний о природе профессиональной морали, характере профессионально-нравственных отношений в сфере информационной деятельности, их роли в профессиональной деятельности; помочь осознать, как действует профессиональная мораль и понять особенности отражения ее в профессиональной этике; ознакомить с основными этапами и тенденциями в развитии профессиональной этики; раскрыть содержание основных профессионально-этических представлений, рассматриваемых российским и мировым информационными сообществами, как стандартов профессионального поведения.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-6 (способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия);</p> <p>ОПК-3 (обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга);</p> <p>ПК-6 (способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации);</p> <p>ПК-12 (способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать основные категории и понятия профессиональной этики, содержание категорий, определяющих профессионально-нравственную позицию специалиста по связям с общественностью, профессионально-этических норм, наиболее типичных этических коллизий сферы</p>

		<p>информационной деятельности, нормативных документов сообществ работников служб по связям с общественностью.</p> <p>Уметь применять на практике профессионально-этические нормы и принципы ведения деловой беседы, деловых переговоров, публичного выступления, полемики, дискуссии, вербального и невербального общения, моделирования профессионального имиджа.</p> <p>Владеть навыками ведения деловой беседы, деловых переговоров, публичного выступления, разрешения профессиональных конфликтов, ведения спора, полемики, дискуссии, формирования профессионального имиджа.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных работ, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Кризисные коммуникации</p>	<p>Дисциплина «Кризисные коммуникации» входит в вариативную часть Блока №1 дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью», профиль «Связи с общественностью и коммуникативные технологии».</p> <p>Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права Историко-архивного института РГГУ кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> формирование основ знаний о значении кризисных коммуникации в социальных отношениях, их взаимосвязь с экономическими и организационными процессами, получение комплексной системы знаний о теории и практике управления кризисами, актуальных проблемах и путях их разрешения.</p> <p><i>Задачи дисциплины:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование у студентов системы знаний об кризисных коммуникациях;</li> <li>- овладение понятийно-терминологическим аппаратом, характеризующим кризисные процессы;</li> <li>- изучение современного состояния и основных направлений развития кризисов в социальной сфере;</li> <li>- овладение методикой диагностики кризисного состояния организации;</li> <li>- формирование навыков разработки стратегии и тактики антикризисного управления организацией.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>общекультурными компетенциями:</p> <p>способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</p>

		<p>способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</p> <p>способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);</p> <p>способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);</p> <p>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</p> <p>общепрофессиональными компетенциями:</p> <p>способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</p> <p>владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</p> <p>умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</p> <p>умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</p> <p>профессиональными компетенциями:</p> <p>способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);</p> <p>владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</p> <p>владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</p> <p>владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);</p> <p>способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);</p> <p>способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-</p>
--	--	--

		<p>б);</p> <p>способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</p> <p>способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);</p> <p>способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);</p> <p>способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> типологии рисков и кризисов и этапы развития кризисной и ситуации; принципы организации процесса коммуникации в ситуациях кризиса; методы управления персоналом в кризисной ситуации; коммуникативные практики современных СМИ в освещении проблем, связанных с кризисом; технологии PR, используемые в процессе разрешения кризисных ситуаций.</p> <p><i>Уметь:</i> методами диагностики рисковых и кризисных ситуаций; планировать процесс антикризисной коммуникации; навыками управления кризисными коммуникациями; определять ключевые группы, вовлеченные в кризисную коммуникацию; использовать различные методы исследований коммуникаций при изучении специфики освещения различных ситуаций, связанных с кризисом.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками управления кризисными коммуникациями; методами диагностики рисковых и кризисных ситуаций.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Репутационный менеджмент</p>	<p>Дисциплина (модуль) «Репутационный менеджмент» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель дисциплины (модуля): сформировать представление студентов о сущности и процессах формирования и управления деловым имиджем компании или его публичных представителей как деятельности по изучению и проектированию репутационной компании на в пространстве интегрированных коммуникаций, а также ознакомить студентов с современными репутационными технологиями и дать навыки использования</p>



		<p>коммуникационных средств проектирования и поддержания делового имиджа компании в корпоративном репутационном PR.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- познакомить студентов с предпосылками возникновения репутационного менеджмента в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями;</li> <li>- разграничить понятия имидж и репутация в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями;</li> <li>- дать практические навыки по планированию и управлению процессом формирования делового имиджа компании;</li> <li>- сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании с целью выработки стратегий ее репутационного менеджмента;</li> <li>- изучить особенности создания корпоративного сайта в рамках деятельности компании по репутационному менеджменту;</li> <li>- выработать навыки по менеджменту репутации первого лица организации в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями.</li> </ul> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК:</p> <p>способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</p> <p>способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</p> <p>способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);</p> <p>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</p> <p>способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</p> <p>ОПК:</p> <p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</p> <p>владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</p>
--	--	---

		<p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); ПК: организационно-управленческая деятельность: способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3); проектная деятельность: владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4); способностью реализовывать проекты (ПК-5); коммуникационная деятельность: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6); способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7); рекламно-информационная деятельность: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8); рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность: способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9); способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10); способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11); информационно-технологическая деятельность: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих</p>
--	--	---

		<p>структурах, средствах массовой информации (ПК-12); способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13); способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14); владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15); способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).</p> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p><b>Знать:</b> теоретические основы репутационного менеджмента, специфику организации репутационного менеджмента и основы его планирования; основы инновационного и риск-менеджмента в процессе планирования, организации и оценки PR-кампаний в сфере репутационного менеджмента; этики и психологии управленческой деятельности в процессе осуществления репутационного менеджмента в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями; особенности процесса влияния деятельности отделов по связям с общественностью на общественное мнение в рамках репутационного менеджмента компании; стратегию и тактику использования СМИ при осуществлении репутационного менеджмента; основные виды и технологии создания имиджевых документов в организации репутационного менеджмента компании и ее «первых лиц»; особенности формирования репутации компании в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями в отличие от процесса конструирования публичного имиджа.</p> <p><b>Уметь:</b> планировать рабочие репутационные и имиджевые мероприятия в рамках организации репутационного менеджмента компании; самостоятельно определять эффективную стратегию и тактики менеджмента корпоративной репутацией компании; определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по различным каналам корпоративных интегрированных коммуникаций по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа компании; разрабатывать и осуществлять коммуникационные и информационные кампании в СМИ в рамках осуществления мероприятий по репутационному менеджменту компании; проводить маркетинговые и социологические исследования по выявлению репутации компании на рынке и в массовом сознании различных групп общественности.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками по планированию и управлению процессом формирования делового имиджа компании; навыками мониторинга коммуникационного окружения</p>
--	--	--

		<p>компания с целью выработки стратегий ее репутационного менеджмента; навыки по менеджменту репутации первого лица организации в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями; способностью применения основ менеджмента и маркетинга в организации репутационного менеджмента компании и ее первого лица.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме результатов работы на семинарских занятиях, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Внутрикорпоративные коммуникации</p>	<p>Дисциплина «Внутрикорпоративные коммуникации» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p><i>Цель:</i> подготовить студентов к самостоятельной практической деятельности в сфере управления взаимодействия с внутренними стейкхолдерами организации.</p> <p><i>Задачи:</i> формирование представления о структуре и содержании направления внутренние коммуникации и его актуальности; - способствовать развитию у студентов навыков самостоятельного управления внутрикорпоративными коммуникациями.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>общекультурными компетенциями:</p> <p>способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</p> <p>способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</p> <p>способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);</p> <p>способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);</p> <p>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</p> <p>способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</p> <p>общепрофессиональными компетенциями:</p> <p>способностью осуществлять под контролем</p>

		<p>         профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);          владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);          обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);          умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);          умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);          профессиональными компетенциями          способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);          владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);          владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);          владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);          способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);          способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);          способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);          способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);          способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);          способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).       </p> <p>         В результате освоения дисциплины обучающийся должен:       </p> <p> <i>Знать:</i> - основные направления внутренних коммуникаций, их особенности и специфику; - инструменты и информационные каналы       </p>
--	--	---

		<p>внутрикорпоративных коммуникаций; - знать принципы построения внутренних коммуникаций; -инструменты взаимодействия с внутренней общественностью.</p> <p><i>Уметь:</i> - проводить внутрикорпоративные исследования для диагностики организационной культуры, внутренних коммуникаций; - организовывать систему коммуникаций в организации, обеспечивать выбор эффективных средств коммуникации с учетом конкретных требований; - разрабатывать различные формы коммуникативного взаимодействия с внутренней общественностью; - использовать инструменты HR и PR для формирования корпоративной идентичности, лояльности персонала, позитивного имиджа компании в глазах сотрудников.</p> <p><i>Владеть:</i> - инструментами исследования внутренней среды организации для выявления проблем, требующих решения средствами PR; - инструментами коммуникативного взаимодействия с внутренней общественностью; - навыками организовывать внутрикорпоративные мероприятия.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Анализ профессиональной литературы на иностранном языке</p>	<p>Дисциплина «Анализ профессиональной литературы на иностранном языке» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой культуры мира и демократии.</p> <p>Цель дисциплины – дать студенту системные знания и опыт анализа актуальной зарубежной профессиональной литературы посвященной различным профессиональным вопросам современной коммуникатологии.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• проанализировать круг наиболее значимых проблем современной коммуникатологии, которые поднимаются в англоязычной литературе;</li> <li>• дать системные знания о профессиональной литературе, ее тематике, структуре и стилистике;</li> <li>• изучить подходы к анализу западной профессиональной литературой;</li> <li>• освоить формы и методы работы, связанные с анализом профессиональных англоязычных текстов;</li> <li>• научить успешным приемам логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах на английском языке.</li> </ul>

		<p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Общекультурные компетенции (ОК):</p> <p>способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</p> <p>способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</p> <p>Профессиональные компетенции (ПК):</p> <p>способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: основные принципы работы с профессиональными текстами в сфере коммуникации, принципы аналитической работы с англоязычными текстами, а также принципы формулирования устного монологического высказывания и ведения профессионального диалога; этические, социо- и психолингвистические аспекты речевой коммуникации.</p> <p>Уметь: использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; выявлять смысловые категории профессиональных текстов и применять общенаучные методы анализа текстов; применять на практике правила структурирования высказывания и обсуждения профессиональных проблем, отстаивания своей точки зрения, объяснения сущности явлений, событий, процессов, формулирования выводов и аргументации ответов.</p> <p>Владеть: нормами культуры речи; навыками рационального чтения, слушания, говорения и письма; способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий, а также одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме зачета (подготовки аналитического задания по анализу комплекса профессиональных текстов на английском языке (с последующим обсуждением)).</p> <p>Общая трудоемкость освоения составляет 9 зачетных единицы, 324 часа.</p>
	<p>Элективные курсы по физической культуре и спорту</p>	<p>Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и</p>

		<p>связи с общественностью. Дисциплина реализуется на кафедре физического воспитания.</p> <p>Цель дисциплины: формирование всесторонне развитой личности, способности направленного использования разнообразных средств и методов физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической готовности студента к будущей профессии.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приобретение мотивационных отношений к физической культуре, установки на здоровый образ жизни, физическое самосовершенствование, потребности к регулярным занятиям физическими упражнениями;</li> <li>- овладение знаниями научно-биологических основ физической культуры и здорового образа жизни;</li> <li>- формирование опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных успехов.</li> </ul> <p>Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре» направлена на формирование следующей компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знать систему практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности;</li> <li>- уметь квалифицированно применять приобретенные навыки в своей профессиональной и бытовой деятельности;</li> <li>- владеть знаниями биологических основ физической культуры и здорового образа жизни.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме сдачи нормативов, промежуточной аттестация в форме зачёта.</p> <p>Общая трудоёмкость освоения дисциплины 328 часов. Для очной формы обучения «Элективные курсы по физической культуре» должны быть реализованы в объеме 328 часов практических занятий, в зачетные единицы не переводятся.</p>
<p>Вариативная часть (дисциплины по выбору)</p>		
	<p>Геобрендинг</p>	<p>Дисциплина «Геобрендинг» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права</p>



кафедрой социальных коммуникаций и технологий.

*Цель дисциплины:* формирование у студентов теоретических представлений и практических навыков по созданию, разработке, планированию и управлению брендом территории.

*Основные задачи учебной дисциплины:*

1) Подготовка к научной деятельности в области маркетинговых исследований по отдельным разделам, этапам или заданиям в соответствии с утвержденными инновационными методиками;

2) подготовка к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов по формированию положительного образа территории;

3) подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности в области брендинга территории.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОК:

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

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

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

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

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

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

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

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

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

ОПК:

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

обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением

		<p>навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</p> <p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</p> <p>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</p> <p>ПК:</p> <p>организационно-управленческая деятельность:</p> <p>владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</p> <p>владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</p> <p>проектная деятельность:</p> <p>владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);</p> <p>способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);</p> <p>коммуникационная деятельность:</p> <p>способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</p> <p>способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</p> <p>рекламно-информационная деятельность:</p> <p>способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);</p> <p>рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:</p> <p>способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);</p> <p>способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);</p> <p>способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);</p> <p>информационно-технологическая деятельность:</p> <p>способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);</p> <p>способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);</p> <p>способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);</p> <p>владением навыками работы в отделе рекламы,</p>
--	--	--

		<p>маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15); способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: виды, средства, формы и методы территориальных коммуникаций; основные принципы, функции и приемы управления территориальными коммуникациями.</p> <p>Уметь: уметь выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации проектов развития территориальных коммуникаций.</p> <p>Владеть: технологиями социокультурного проектирования территориальных коммуникаций.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты креативного проекта (экзамен).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	<p>Имиджевые технологии</p>	<p>Дисциплина «Имиджевые технологии» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель дисциплины – освоение студентами современных имиджевых технологий в различных коммуникативных сферах.</p> <p>Задачи: овладение современными научными знаниями в области формирования имиджа различных объектов и субъектов; формирование потребности в расширении своих представлений в области современных технологий формирования имиджа; развитие личностных качеств, способствующих формированию положительного профессионального имиджа.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• общекультурными компетенциями: <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> </ul> </li> <li>• профессиональными компетенциями: <ul style="list-style-type: none"> <li>- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности</li> </ul> </li> </ul>

		<p>фирмы (ПК-2);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</li> <li>- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);</li> <li>- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);</li> <li>- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</li> <li>- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</li> <li>- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> основные характеристики имиджа; структурные компоненты индивидуального, группового и коллективного имиджа; специфику формирования и конструирования различных типов имиджа; методы имиджирования; основные имиджевые технологии и стратегии, которые используются в практике имиджирования; особенности планирования, реализации и контроля эффективности имиджирования; особенности деструктивных технологий, направленных на снижение имиджа клиента, и методы противостояния им.</p> <p><i>Уметь:</i> анализировать продукты имиджмейкерской практики и выработать рекомендации по совершенствованию имиджа; определять эффективность имиджевого воздействия); применять технологии конструирования различных типов имиджа на практике; моделировать и использовать алгоритм противодействия деструктивным технологиям, направленных на деэвакуирование имиджа клиента .</p> <p><i>Владеть:</i> алгоритмом формирования различных типов имиджа; технологическим инструментарием имиджмейкинга.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных работ, промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p>
	Международный опыт в PR	Дисциплина «Международный опыт в PR» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на

		<p>факультете истории, политологии и права кафедрой культуры мира и демократии.</p> <p>Цель дисциплины – дать студенту системные знания о международном опыте профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>изучить наиболее значимый международный опыт в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>дать системные знания о сфере международных коммуникаций;</li> <li>изучить наиболее значимые кейсы в сфере рекламы с связей с общественностью;</li> <li>освоить формы и методы работы, связанные с получением знаний о международном опыте в сфере связей с общественностью;</li> <li>научить успешным приемам логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Общекультурные компетенции (ОК):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</li> </ul> <p>Профессиональные компетенции (ПК):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:</p> <p>Знать: основные принципы работы с профессиональными текстами в сфере коммуникации, принципы аналитической работы с практико ориентированными текстами профессионального характера, а также принципы формулирования устного монологического высказывания и ведения профессионального диалога; этические, социо- и психолингвистические аспекты речевой коммуникации.</p> <p>Уметь: использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работ.</p> <p>Владеть: нормами культуры речи; навыками рационального чтения, слушания, говорения и письма; а также одним из иностранных языков на уровне не ниже</p>
--	--	--

		<p>разговорного.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме экзамена (подготовки аналитического задания по анализу профессиональных кейсов наиболее успешного международного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью (с последующим обсуждением).</p> <p>Общая трудоемкость освоения составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p>
	<p>Культурное проектирование средствами PR</p>	<p>Дисциплина «Культурное проектирование средствами PR» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p><i>Цель дисциплины</i> – исследовать параметры кризиса культуры и человека в начале 21 века и наметить пути его преодоления через проектирование нового облика культуры средствами PR. Суть кризиса заключается в том, что в начале 21 века умирает культура Нового времени, и на смену ей приходит новая культура, имя которой и ключевые характеристики которой еще не определены. Эту культуру в русской традиции принято называть культурой Нового Средневековья.</p> <p><i>Задачи дисциплины:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- через призму гуманитарных наук сформировать у студента целостное представление об основных фундаментальных аспектах культурно-антропологических процессов в конце 20 века и начала 21 века;</li> <li>- способствовать овладению технологиями культурного проектирования с помощью PR-средств.</li> </ul> <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</li> <li>умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</li> <li>владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</li> <li>владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);</li> </ul>

		<p>способность реализовывать проекты и владением методом их реализации (ПК-5);</p> <p>способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать:</i> базовые понятия по следующим дисциплинам: «Философия», «Социология», «История», «Культурология», «Основы интегрированных коммуникаций», «Брендинг в сфере культуры».</p> <p><i>Уметь:</i> читать и анализировать важнейшие культурные тексты; уметь составлять коммуникационные программы в сфере культуры, используя технологии брендинга и рекламы.</p> <p><i>Владеть:</i> технологиями рекламы и связей с общественностью, навыками проведения ситуационного анализа, навыками работы с PR-текстами.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме коллоквиума, промежуточный контроль в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p>
	<p>Организация работы пресс-службы</p>	<p>Дисциплина (модуль) «Организация работы пресс-службы» является частью вариативного цикла (блока) дисциплин учебного плана по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью. Дисциплина (модуль) реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой (кафедрами) социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель дисциплины (модуля): дать общую характеристику современным пресс-службам государственным, общественным, политическим и коммерческим организациям и предприятиям, правовому полю, в котором они действуют, а также их структуре, целям, задачам и формам деятельности.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выработать ориентацию в проблемах современных пресс-служб государственных, общественных, политических и коммерческих организаций;</li> <li>- получить необходимые теоретические и практические знания для эффективной работы будущего PR-специалиста в качестве пресс-секретаря, которому зачастую приходится быть одновременно и спичрайтером, и специалистом по управлению информационными связями своей организации;</li> <li>- сформировать представления о структуре и принципах организации современной пресс-службы, общих вопросов технологии проведения мероприятий для различных средств массовой информации;</li> <li>- сформировать навыки подготовки пресс-конференции</li> </ul>

		<p>(организация, приглашение СМИ, расчет сметы), написания пресс-релизов, работы с медиа-картой, составление пресс-китов, формирования архива публикаций;</p> <p>- информировать студентов о типичных ошибках представителя пресс-службы в его практике осуществления публичного взаимодействия с представителями СМИ и предложить варианты их исправления.</p> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ОК (код и содержание);</li> </ul> <p>способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</p> <p>способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ОПК (код и содержание);</li> </ul> <p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</p> <p>владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК-2);</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</p> <p>умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</p> <p>способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ПК (код и содержание);</li> </ul> <p>способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);</p> <p>владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</p> <p>способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и</p>
--	--	---



		<p>современных средств рекламы (ПК-8); владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).</p> <p>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</p> <p>Знать: особенности организации и функционирования пресс-служб государственных учреждений, коммерческих структур, общественных и политических организаций; правовые, процессуальные аспекты взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации; методы, приемы, формы, процедуры подачи информационно-новостных материалов.</p> <p>Уметь: осуществлять информационно-аналитическую деятельность по изучению материалов СМИ; проблематизировать деятельность пресс-службы в качестве посредника в коммуникационной цепи между организацией, которую она представляет и общественностью; прогнозировать на этом основании направления осуществляемой деятельности пресс-службы; определять причины успеха или неудачи проводимых информационных PR-кампаний в СМИ; давать рекомендации по формированию имиджа организации, представляемой пресс-службой.</p> <p>Владеть: практической компетенцией планирования информационно-медийных акций или кампании; навыками организации event-мероприятий (пресс-конференций, брифингов, пресс-туров и т.д.) для представителей СМИ; навыками создания формальных и неформальных контактов с журналистами, с целью формирования благоприятной коммуникативной среды вокруг организации; базовыми навыками создания публичных текстов в текущей деятельности пресс-службы по взаимодействию со СМИ.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме результатов работы на семинарских занятиях, промежуточная аттестация в форме зачета</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.</p>
	<p>Культурные коды в социальной коммуникации (англ. яз.)</p>	<p>Дисциплина «Культурные коды в социальной коммуникации» (Cultural codes in social communication) является вариативной частью общенаучного цикла дисциплин для студентов (бакалавров) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p><i>Цель учебной дисциплины</i> – обучение принципам и приемам работы с различными культурными кодами в широкой сфере социальных коммуникаций, социокультурной спецификой разработки креативной стратегии рекламной кампании.</p>

		<p>Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:</p> <p>раскрыть содержание понятия «культурный код»;</p> <p>сравнить культурные коды в различных формах социальной коммуникации;</p> <p>ознакомить студентов с основными методиками анализа кодовых и знаковых систем рекламных сообщений;</p> <p>познакомить студентов с базовыми особенностями современной социокультурной;</p> <p>дать представление о национальной, этнокультурной, ментальной специфике социально-знаковых практик;</p> <p>дать представление о критериях оценки эффективности коммуникативных решений и сформировать навыки по их применению.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ОК – 6 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</li><li>- ОПК- 1 - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li><li>- ОПК – 2 - владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью;</li><li>- ОПК – 4 – умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li><li>- ПК-7 - способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</li></ul> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: материалы о культурных кодах и социальных коммуникациях в целом и о специфике культурных кодов в рекламных и PR-сообщениях, иметь общее представление об их взаимодействии с другими типами выражения рекламной и маркетинговой идеи.</p> <p>Уметь: оперировать понятиями и образцами культурных кодов, их знаковой природой, социальным наполнением, учиться воспринимать культурный код как универсальный объект понимания и реализации коммуникативных стратегий.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками работы с лингвистическими моделями организации рекламных текстов, на признании роли языка как средства преобразования текстов в</p>
--	--	--

		<p>соответствующие рекламные смыслы.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме практического исследования (case-study), творческих заданий, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины «Культурные коды в социальной коммуникации» составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.</p>
	<p>Медиарилейшнз и медиапланирование</p>	<p>Дисциплина «Медиарилейшнз и медиапланирование» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель дисциплины: сформировать у студентов представления о возможности взаимодействия с медиа для дизайн социальных коммуникаций. Задача дисциплины: сформировать у студентов общетеоретические представления о медиа и специфике их работы в современном мире; обеспечить овладения навыками применения основ медиапланирования и управления медиа-коммуникацией в профессиональной деятельности.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>-способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).</li> </ul> <p>ОПК:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</li> <li>-умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</li> <li>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</li> <li>способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).</li> </ul> <p>ПК:</p>

		<p>-владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</p> <p>-владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</p> <p>-способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</p> <p>-способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</p> <p>-способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);</p> <p>-способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);</p> <p>-способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты медиа- плана (зачет).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
	<p>Прикладные теории коммуникации (англ. яз.)</p>	<p>Дисциплина «Прикладные теории коммуникации» (Applied communication theories) входит в вариативную часть дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей. Дисциплина преподается на английском языке.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> сформировать у студентов способность использовать знания новейших прикладных теорий коммуникации для осмысления вопросов профессиональной деятельности</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) сформировать способность понимать, систематизировать и корректно излагать сведения о новейших прикладных теориях коммуникации</li> <li>2) сформировать способность решать стандартные задачи интеллектуальной деятельности, включая навыки самообразования, при изучении теории коммуникации на основе информационной и библиографической культуры с применением современных информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</li> <li>3) отработать навыки коммуникации в профессиональной сфере, включая способность</li> </ol>

		<p>принимать участие в управлении и организации работы организаций и предприятий коммуникативной индустрии и в проведении прикладных исследований</p> <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <p>ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p>ОК- 7 - способность к самоорганизации и самообразованию</p> <p>ОПК- 4 - умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>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</p> <p>ПК-1 - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p>ПК-10 - способностью организовывать и проводить социологические исследования.</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать</i> основные новейшие прикладные теории коммуникации, понятия и персоналии и исследовательские традиции, особенности их представления в англоязычной научной и профессиональной литературе.</p> <p><i>Уметь</i> выделять прикладные технологические аспекты в характеристике социальной коммуникации, применять знания для построения корректных целенаправленных действий (практик, кампаний) в профессиональной сфере.</p> <p><i>Владеть</i> ценностями, нормами, паттернами и коммуникативными моделями, представленными в новейших прикладных теориях социальной коммуникации.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и учебных заданий, промежуточные аттестации и экзамен.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.</p>
--	--	--

	<p>Коммуникации с органами власти</p>	<p>Дисциплина «Коммуникации с органами власти» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель дисциплины: сформировать у студентов представления о специфике и своеобразии профессиональной деятельности в области Government Relations (GR).</p> <p>Задача дисциплины: сформировать у студентов общетеоретические представления о GR; обеспечить овладения навыками выстраивания стратегических коммуникаций с властными структурами для решения задач и достижения целей коммерческих и некоммерческих организаций.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК:</p> <p>способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</p> <p>способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</p> <p>способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);</p> <p>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</p> <p>способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</p> <p>способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);</p> <p>ОПК:</p> <p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</p> <p>владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</p> <p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</p> <p>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</p> <p>ПК:</p>

		<p>организационно-управленческая деятельность:      способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);      владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);      владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);      проектная деятельность:      владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);      способностью реализовывать проекты (ПК-5);      коммуникационная деятельность:      способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);      способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);      рекламно-информационная деятельность:      способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);      рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:      способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);      способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);      способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).      В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знать специфику GR-сфере в России и в мире,</li> <li>• Уметь включать аспект коммуникации с органами власти в стратегические планы развития организации,</li> <li>• Владеть навыками организации долгосрочной коммуникации с органами власти.</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме</p>
--	--	--

		<p>аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме защиты исследовательского проекта (зачет).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>PR и реклама в шоу-бизнесе</p>	<p>Дисциплина «PR и реклама в шоу-бизнесе» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой (кафедрами) теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель дисциплины создать развернутое и полное представление об основных особенностях брендинга в сфере современной культуры.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформулировать основные подходы к определению понятию шоу-бизнеса</li> <li>- выявить основные этапы развития шоу-бизнеса контексте интегрированных коммуникаций</li> <li>- проследить специфику построения рекламных стратегий в шоу-бизнесе</li> <li>- определить основные технологии связей с общественностью в шоу-бизнесе.</li> </ul> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-7 - способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов,</p> <p>ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности,</p> <p>ПК-16 - способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы,</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные подходы к определению шоу-бизнеса;</li> <li>- основные этапы развития шоу-бизнеса в России и за рубежом,</li> <li>- особенности выбора коммуникативных стратегий в современном шоу-бизнесе,</li> <li>- основные разновидности и классификации шоу-бизнеса</li> </ul> <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять основные коммуникативные элементы шоу-бизнеса</li> <li>- пользоваться коммуникативными инструментами шоу-бизнеса</li> <li>- проводить различие между рекламными и PR-</li> </ul>



		<p>кампаниями в шоу-бизнесе</p> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологиями построения рекламной кампании в шоу-бизнесе</li> <li>- технологиями создания PR-кампании в шоу-бизнесе</li> </ul> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме практического исследования (case-study), промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Коммуникативная урбанистика</p>	<p>Дисциплина (модуль) «Коммуникативная урбанистика» входит в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой социальных коммуникаций и технологий.</p> <p>Цель дисциплины: в результате изучения дисциплины студент должен овладеть целостным представлением о том, что такое территория как субъект коммуникации, территориальные и пространственные коммуникации и какие существуют способы управления ими.</p> <p>Задачи дисциплины: обеспечить понимание студентами базовых понятий и теоретических аспектов территориальных коммуникаций; сформировать готовность студентов к использованию различных коммуникативных практик для социокультурного проектирования территориальных коммуникаций.</p> <p>Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);</li> <li>способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);</li> <li>способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);</li> <li>способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);</li> <li>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);</li> <li>способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);</li> <li>способностью к самоорганизации и самообразованию</li> </ul>

		<p>(ОК-7);</p> <p>способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);</p> <p>готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).</p> <p>ОПК:</p> <p>способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);</p> <p>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);</p> <p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);</p> <p>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</p> <p>ПК:</p> <p>организационно-управленческая деятельность:</p> <p>владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);</p> <p>владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);</p> <p>проектная деятельность:</p> <p>владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);</p> <p>способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);</p> <p>коммуникационная деятельность:</p> <p>способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);</p> <p>способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</p> <p>рекламно-информационная деятельность:</p> <p>способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);</p> <p>рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:</p> <p>способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);</p>
--	--	--

		<p>способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);</p> <p>способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);</p> <p>информационно-технологическая деятельность:</p> <p>способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);</p> <p>способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);</p> <p>способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);</p> <p>владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);</p> <p>способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: виды, средства, формы и методы территориальных коммуникаций;</p> <p>основные принципы, функции и приемы управления территориальными коммуникациями</p> <p>Уметь: уметь выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации проектов развития территориальных коммуникаций.(ПК-3, ПК-9).</p> <p>Владеть: технологиями социокультурного проектирования территориальных коммуникаций (19).</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проектных работ, кейс-стади, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Принципы и технологии устойчивого развития</p>	<p>Учебный курс «Принципы и технологии устойчивого развития» входит в вариативную часть профессионального цикла учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель учебного курса – сформировать теоретико-методологический базис на основе изучения взаимосвязи научных исследований в области устойчивого развития в контексте глобальных коммуникационных процессов.</p> <p>Задачи:</p> <p>- выработать практические навыки для анализа текущего</p>

		<p>состояния программ «устойчивого развития»;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить историю формирования основных предпосылок и идей устойчивого развития; сформировать знания о концепции устойчивого развития, генеральных целях и основных принципах развития общества в 21 веке;</li> <li>- изучить концепции устойчивого развития, основные пути перехода к устойчивому развитию на глобальном, региональном и локальном уровнях;</li> <li>- изучить способы реализации принципов устойчивого развития в основных секторах общественного развития;</li> <li>- ознакомиться с методами коммуникаций в процессе обсуждения проблем устойчивого развития;</li> <li>- сформировать системный, интегрированный подход к решению экологических проблем в контексте общих проблем общественного развития;</li> <li>- овладеть основами практики анализа глобальных коммуникаций и выявления прикладных возможностей и пределов конкретных теоретических подходов при решении задач устойчивого развития.</li> </ul> <p>В результате изучения курса студенты приобретают следующие компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</li> <li>– ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию.</li> <li>– 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.</li> <li>– ПК-2 - владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.</li> <li>– ПК-10 - способность организовывать и проводить социологические исследования.</li> <li>– ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</li> <li>– ПК-12 - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</li> </ul> <p>В результате освоения курса обучающийся должен:</p> <p>Знать: историю формирования основных предпосылок и идей устойчивого развития; концепции устойчивого развития; генеральные цели и основные принципы развития общества в 21 веке; основные пути перехода к устойчивому развитию на глобальном, региональном и локальном уровнях.</p>
--	--	--

		<p>Уметь: реализовывать принципы устойчивого развития в основных секторах общественного развития; формировать системный, интегрированный подход к решению экологических проблем в контексте общих проблем общественного развития.</p> <p>Владеть: практическими навыками для анализа текущего состояния программ «устойчивого развития»; методами коммуникаций в процессе обсуждения проблем устойчивого развития; основами практики анализа глобальных коммуникаций и выявления прикладных возможностей и пределов конкретных теоретических подходов при решении задач устойчивого развития.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Актуальные проблемы PR-деятельности</p>	<p>Дисциплина «Актуальные проблемы PR-деятельности» входит в вариативную часть профессионального цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель дисциплины – изучение студентами актуальных проблем PR-деятельности в системе профессиональных коммуникативных практик.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- передать знания и актуальную информацию о положении и перспективах развития PR-деятельности;</li> <li>- сформировать потребности в расширении своих представлений в области PR-деятельности;</li> <li>- обеспечить овладение умениями и навыками в области отбора и применения современных подходов, технологий и инструментов в области PR-деятельности.</li> </ul> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-2 - способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)</p> <p>ОПК-1 - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p> <p>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</p> <p>ПК-1 - способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям</p>

		<p>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</p> <p>ПК-11 - способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>знать</i>: основные профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства</p> <p><i>уметь</i>: планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; участвовать в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд, реализовать проекты и владеть методами их реализации; участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.</p> <p><i>владеть</i>: навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и аналитических заданий презентаций, итоговая аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часов.</p>
--	--	---

Блок III.	Государственная итоговая аттестация	Аннотации
	Государственная итоговая аттестация	<p>Государственная итоговая аттестация (ГИА) относится к базовой части учебного плана по направлению подготовки № 41.03.01 – Реклама и связи с общественностью (профиль «Связи с общественностью и коммуникативные технологии (блок 3) и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования, утверждаемом Министерством образования и науки Российской Федерации. ГИА реализуется на факультете истории, политологии и права.</p> <p>В блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, а также подготовка и сдача государственного экзамена.</p> <p>Цель ГИА: определение соответствия результатов освоения обучающимися образовательных программ высшего образования соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.</p> <p>Государственная итоговая аттестация обучающихся проводится в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• государственного экзамена;</li> <li>• защиты выпускной квалификационной работы.</li> </ul> <p>Выпускная квалификационная работа представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.</p> <p>Государственный экзамен предусматривает оценивание уровня овладения выпускниками компетенций, установленных ФГОС ВО.</p> <p>Общая трудоемкость ГИА составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.</p>