

**Аннотации дисциплин образовательной программы по направлению
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»**

Блок I.	Дисциплины (модули)	Аннотации
Базовая часть		
	Философия	<p>Дисциплина «Философия» является частью базовой части дисциплин учебного плана по направлению подготовки (бакалавриат). Дисциплина реализуется философским факультетом.</p> <p>Цель дисциплины: формирование способности понимать и анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сформировать базовые представления об основных исторических типах европейской философии, ее ключевых проблемах на различных стадиях развития; • дать изучающим возможность осмысленной ориентации в истории европейской философии как целого, в многообразии ее типов и творчестве наиболее выдающихся ее представителей, что создаст основу для последующего целенаправленного знакомства с философией, отвечающего личным склонностям и профессиональным интересам; • сформировать культуру мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ОК-1 способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: основные этапы формирования философской мысли в различных исторических эпохах (Древний мир, Средневековье, Возрождение, Новое время.); содержание учений школ и направлений философии XIX-XX вв.; основные значения ключевых философских понятий, этапы их развития, их интерпретации представителями различных влиятельных философских направлений,</p> <p>Уметь: Привлекая данные из философских теорий реферировать, интерпретировать и рецензировать специальные тексты; ориентироваться в эволюции ключевых направлений философской мысли; аргументировать свою позицию относительно основных проблем философии.</p> <p>Владеть: овладеть тезаурусом современной философии; навыками ведения дискуссии по вопросам соотношения различных философских подходов</p> <p>Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме одной контрольной работы, промежуточный контроль в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.</p>
	История России до XX века	<p>Дисциплина «История России до XX века» реализуется на факультете истории, политологии и права Историко-архивного института кафедрой истории и теории исторической науки.</p> <p>Цель дисциплины: 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"> 1) Дать представление об основных этапах и содержании истории России с древнейших времён до начала XX века; 2) Показать по каким проблемам отечественной истории ведутся сегодня споры и дискуссии в отечественной историографии; 3) Показать на примерах из различных эпох органическую взаимосвязь российской и мировой истории; 4) Обучить самостоятельности и критичности при оценке различных интерпретаций событий отечественной истории; 5) Сформировать аналитическое мышление, позволяющее выявлять

		<p>сущность стержневых событий истории и отношения между ними.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; • ОК-2: способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; • ОК-5: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; • ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; • ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию. <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) содержание основных этапов истории России с древнейших времён до начала XX века, её важнейшие имена, даты и события; 2) взаимосвязь отечественного и всемирного исторического процесса; 3) основные проблемы отечественной истории, по которым ведутся споры и дискуссии в историографии; 4) основные способы получения и использования исторического знания. <p>Уметь:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; 2) критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков; 3) использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач; анализировать социально-значимые проблемы и процессы; 4) проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий. <p>Владеть:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; 2) готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе; 3) стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства; 4) способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы. <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.</p>
	<p>История России XX - начала XXI века</p>	<p>Дисциплина «История России XX – начала XXI века» реализуется на факультете истории, политологии и права Историко-архивного института кафедрой истории и теории исторической науки.</p> <p>Цель дисциплины: вооружить студентов соответствующими современному научному уровню знаниями по истории России XX – начала XXI в.</p> <p>Задачи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Дать представление об основных этапах истории России XX – начала XXI в.; 2) Научить работе с источниками по истории России XX – начала XXI в.; 3) Дать сведения об основных точках зрения на ключевые проблемные узлы истории России XX – начала XXI в. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;

		<ul style="list-style-type: none"> • ОК-2: способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; • ОК-5: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; • ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; • ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию; • 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>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) основные проблемы отечественной истории, по которым ведутся споры и дискуссии в историографии и в обществе; 2) взаимосвязь отечественного и всемирного исторического процесса; основные способы получения и использования исторического знания; 3) основные термины и понятия исторической науки; 4) основные способы кооперации с коллегами, работе в коллективе; 5) основные способы получения и использования исторического знания; 6) основные принципы поиска и критерии отбора исторических источников и литературы. <p>Уметь:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) использовать основные положения и методы гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач; анализировать социально-значимые проблемы и процессы; 2) проводить самостоятельные исследования в конкретной предметной области, понимать результаты способов проверки научных теорий; 3) логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; 4) обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы; 5) критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков; 6) осуществлять поиск и отбор исторических источников и литературы. <p>Владеть:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; 2) способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы; 3) культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; 4) приемами и навыками кооперации с коллегами, работы в коллективе; 5) методами и приемами саморазвития, повышению своей квалификации и мастерства; 6) навыками поиска и отбора исторических источников и литературы. <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.</p>
	<p>История мировых цивилизаций. Древний мир и Средние века</p>	<p>Дисциплина «История мировых цивилизаций. Древний мир и Средние века» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой всеобщей истории.</p> <p>Цель дисциплины - формирование у студентов взгляда на историю как единый процесс, поле взаимодействия личности, социума, культуры и выявление соотношения общего и особенного в развитии цивилизаций.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассмотрение основных фактов и явлений всеобщей истории, выявлении типологических моделей развития;

		<ul style="list-style-type: none"> - выделение уникального в историческом процессе; - прослеживание эволюции базовых понятий, необходимых для структурирования событийной канвы мировой истории; - формирование представлений о современных методологических подходах к изучению истории. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - общекультурные компетенции: <ul style="list-style-type: none"> ОК-2 – способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; ОК-6 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; ОК-7 – способность к самоорганизации и самообразованию; - общепрофессиональные компетенции: <ul style="list-style-type: none"> 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>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Знать: <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы истории локальных цивилизаций и содержание основных стадий всемирно-исторического развития от древности до новейшего времени; - различные подходы к изучению истории человеческого общества, значение гражданских ценностей для развития человеческого общества; - особенности мировоззренческих и ценностных представлений, характерных для различных цивилизаций в различные периоды истории. 2. Уметь: <ul style="list-style-type: none"> - проводить комплексный анализ исторических явлений и процессов; - сопоставлять особенности различных культур и цивилизаций, выделять общее и особенное в развитии общества на разных исторических этапах и стадиях цивилизационного развития; - анализировать актуальные проблемы современной цивилизации; - выступать публично по исторически значимым проблемам, логично и аргументированно обосновывать собственную позицию по дискуссионным историческим вопросам; - логично и аргументированно излагать в письменном виде информацию по исторически значимым проблемам и вопросам общественного развития; - находить историческую информацию в печатных и электронных источниках, верифицировать полученную из них информацию; - задавать вопросы и делать дополнения к выступлениям других студентов; - планировать и осуществлять самостоятельную работу по освоению учебного материала. 3. Владеть: <ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска, анализа и синтеза исторической информации, основными методами работы с историографией и историческими источниками; - навыками проведения комплексного анализа исторических явлений и процессов; - методами проведения историко-сравнительного анализа; - навыками анализа различных мнений с учётом уважения к другим культурным традициям; - навыками рефлексии и самоорганизации. <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
	История мировых цивилизаций. Новое	Дисциплина «История мировых цивилизаций. Новое и Новейшее время» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой

	и Новейшее время	<p>всеобщей истории.</p> <p>Цель дисциплины - формирование у студентов взгляда на историю как на единый процесс, поле взаимодействия личности, социума, культуры и представления о соотношении общего и особенного в развитии цивилизаций.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассмотрение основных фактов и явлений всеобщей истории, выявлении типологических моделей развития; - выделение уникального в историческом процессе; - прослеживание эволюции базовых понятий, необходимых для структурирования событийной канвы мировой истории; - формирование представлений о современных методологических подходах к изучению истории. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>- общекультурные компетенции:</p> <p>ОК-2 – способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;</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>- общепрофессиональные компетенции:</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>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>1. Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы истории локальных цивилизаций и содержание основных стадий всемирно-исторического развития от древности до новейшего времени; - различные подходы к изучению истории человеческого общества, значение гражданских ценностей для развития человеческого общества; - особенности мировоззренческих и ценностных представлений, характерных для различных цивилизаций в различные периоды истории. <p>2. Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить комплексный анализ исторических явлений и процессов; - сопоставлять особенности различных культур и цивилизаций, выделять общее и особенное в развитии общества на разных исторических этапах и стадиях цивилизационного развития; - анализировать актуальные проблемы современной цивилизации; - выступать публично по исторически значимым проблемам, логично и аргументированно обосновывать собственную позицию по дискуссионным историческим вопросам; - логично и аргументированно излагать в письменном виде информацию по исторически значимым проблемам и вопросам общественного развития; - находить историческую информацию в печатных и электронных источниках, верифицировать полученную из них информацию; - задавать вопросы и делать дополнения к выступлениям других студентов; - планировать и осуществлять самостоятельную работу по освоению учебного материала. <p>3. Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска, анализа и синтеза исторической информации, основными методами работы с историографией и историческими источниками; - навыками проведения комплексного анализа исторических явлений и процессов; - методами проведения историко-сравнительного анализа; - навыками анализа различных мнений с учётом уважения к другим культурным традициям; - навыками рефлексии и самоорганизации. <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме</p>
--	------------------	---

		<p>зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
	Экономика	<p>Дисциплина «Экономика» реализуется на экономическом факультете кафедрой «Теоретическая и прикладная экономика»</p> <p>Цель 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>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рассмотреть основные направления развития экономической мысли, современные экономические теории, эволюцию представлений о предмете экономической теории; • дать представление о задачах, функциях и методах экономической науки; • раскрыть сущность и типы общественного воспроизводства, предпосылки компромиссного экономического выбора; • изложить основы и закономерности функционирования экономических систем; • познакомить студентов с понятийно-категориальным аппаратом экономической науки и инструментами экономического анализа; • сформировать у студентов знания о сущности и механизмах функционирования рынка, об основных организационно-правовых формах предпринимательской деятельности и методах оценки результатов деятельности фирмы; • дать четкое представление об основных макроэкономических показателях, инструментах государственной фискальной и денежно-кредитной политики; • сформировать целостное представление об основных тенденциях развития экономики России на современном этапе. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-2 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные направления развития экономической мысли; • сущность и формы организации хозяйственной деятельности; • цели, функции и инструменты экономической политики. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • определять тенденции развития экономики России на современном этапе; • ориентироваться в системе показателей результатов хозяйственной деятельности на макро- и микроуровнях; • применять графический метод при исследовании экономических взаимосвязей; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методами экономического анализа социальных явлений. <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.</p>
	Основы государства и права	<p>Дисциплина «Основы государства и права» реализуется кафедрой международного права юридического факультета РГГУ.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> формирование у обучающихся основ правовых знаний путем приобретения общих представлений о правовой науке в системе современного социо-гуманитарного знания, специфике права в социокультурной системе общества, уяснения механизмов генезиса, развития и взаимодействия основных правовых институтов, овладения знаниями об основных отраслях современного российского права, и способностями использовать данные знания в своей профессиональной</p>

		<p>деятельности.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • понимание специфики и содержания права как социокультурного явления и его роли в современном обществе; • приобретение обучающимися навыков правового анализа явлений, проблем и процессов современного общества в целях развития способности к самоорганизации и самообразованию; • приобретение основных знаний о важнейших правовых отраслях и институтах современной российской системы права; • формирование у обучающихся основ правовой культуры и понимания гуманистической ценности права и прав человека для толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; • осознание своих прав и обязанностей человека и гражданина; • развитие способности противодействовать проявлениям коррупционного поведения в сфере своей профессиональной деятельности; • развитие у обучающихся способности применять правовые знания на практике и осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом требований норм права. <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <p>ОК-4 - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать:</i></p> <p>специфику и основные принципы права как социокультурного явления и его роль в современном обществе;</p> <p>специфику основных отраслей и институтов права современного общества и российской системы права;</p> <p>основы правового регулирования в сфере своей профессиональной деятельности;</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>ориентироваться в системе источников современного права и находить нужную правовую информацию;</p> <p>осуществлять профессиональную деятельность с учетом требований правовых норм;</p> <p>противодействовать проявлениям коррупционного поведения в сфере своей профессиональной деятельности;</p> <p><i>Владеть:</i></p> <p>навыками правового анализа проблем и процессов современного общества;</p> <p>навыками использования правовой информации при решении практических задач в различных сферах своей деятельности.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы</p>
Русский язык и культура речи		<p>Дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к базовой части блока дисциплин учебного плана подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» (направленность - «Современные коммуникации и реклама»).</p> <p>Дисциплина реализуется кафедрой русского языка Института лингвистики РГГУ. Курс читается студентам 1 курса экономического факультета.</p> <p>Предлагаемый курс занимает важное место в системе гуманитарной подготовки будущего специалиста. С одной стороны, он углубляет и конкретизирует общие представления о языке, полученные в период школьного обучения; с другой – вырабатывает практические навыки работы с различными языковыми единицами, в том числе с текстами профессионального характера. Данный курс поможет студентам повысить уровень коммуникативной компетенции и речевой культуры в нормативном, этическом и коммуникативном аспектах.</p> <p>Предметом дисциплины является система норм современного русского литературного кодифицированного языка, типы текстов.</p> <p>Цель курса — повысить общую речевую культуру студентов нефилологической специальности, развить навыки использования языковых средств при создании текстов с разными коммуникативными характеристиками.</p>

		<p>Задачи дисциплины связаны с освоением системы понятий в рамках данного курса и развитием практических навыков анализа текстов и их создания:</p> <ul style="list-style-type: none"> • раскрыть многообразие стилистических возможностей русского языка; • рассмотреть нормы современного русского языка; • объяснить правила русского речевого этикета и невербальной коммуникации (мимика, жесты, дистанция общения); • показать своеобразие современной речевой ситуации; • дать общее представление о разных типах текстов и способах их продуцирования; • научить находить речевые ошибки, классифицировать их и редактировать; • расширить активный словарный запас студентов, познакомить с различными словарями и справочниками, отражающими взаимодействие языка и культуры. <p>Дисциплина направлена на формирование следующей общекультурной компетенции (ОК-5) – «способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия»</p> <p>В результате изучения дисциплины студент должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • функциональные типы текстов (описание, рассуждение, повествование), формы речи; • стили речи, их языковые особенности и жанры; • особенности письменной и устной форм делового и научного стиля; • нормы современного русского языка, типологию ошибок; • технологии составления и редактирования документов различных жанров; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • работать с текстами, определять их характеристики (тип текста, форма речи, стиль и жанр), а также создавать тексты в рамках определенного стилистического регистра или по заданным параметрам; • находить речевые ошибки и исправлять их; • использовать полученные в рамках данной дисциплины знания в практике общения; • работать с нормативными словарями и справочниками русского языка; <p>владеть: нормами современного русского языка и фиксировать их нарушения; правилами порождения текстов в соответствии с коммуникативными задачами и условиями; навыками семантической компрессии: исключение избыточного материала, обобщение смысловых блоков, осуществление лексико-грамматических трансформаций при сохранении смысловой тождественности; приёмами эффективного общения в разных коммуникативных ситуациях; навыками самоорганизации и саморазвития.</p> <p>Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч. Формой итогового контроля знаний студентов является зачет.</p>
Иностранный язык		<p>Дисциплина «Иностранный язык (английский язык)» для направления подготовки 43.03.01 «Связи с общественностью» с направленностью: «Связи с общественностью и коммуникативные технологии» реализуется на факультете ФИПП кафедрой иностранных языков ФМОиЗР ИАИ РГГУ.</p> <p>Цель дисциплины: профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка, формирование у них необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения. Наряду с практической целью – профессиональной подготовкой, курс иностранного языка ставит образовательные и воспитательные задачи.</p>

Задачи дисциплины: интеллектуальное, культурное, нравственное и профессиональное развитие и самосовершенствование обучаемых:

- развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;
- уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным, научным и этическим проблемам;
- овладеть базовыми навыками публичной речи и аргументации для ведения дискуссии;
- овладеть базовыми навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;
- научиться аннотировать и реферировать научную литературу;
- научиться строить свое речевое и неречевое поведение в соответствии с социокультурной спецификой страны изучаемого языка;
- овладеть базовыми навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

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

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

ОК- 7 - способностью к самоорганизации и самообразованию

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.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные нормы иностранного языка в области устной и письменной речи;
- основные различия лингвистических систем русского и иностранного языка;
- основные особенности слушания, чтения, говорения и письма как видов речевой деятельности;
- основные модели речевого поведения;
- основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;
- сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
- основные средства создания вербальных и невербальных иноязычных текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения.

Уметь:

- реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении на иностранном языке;
- вести диалог на иностранном языке;
- осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке;
- выполнять письменные и устные переводы материалов профессионально значимой направленности с иностранного языка на русский и с русского на иностранный язык;
- создавать и редактировать тексты основных жанров деловой речи.

Владеть:

- языковыми средствами для достижения профессиональных целей на иностранном языке;
- различными видами и приемами слушания, чтения, говорения и письма;
- навыками коммуникации в иноязычной среде, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов на иностранном языке;
- приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;

		<p>– навыками реферирования и аннотирования научной литературы; – навыками социокультурной и межкультурной коммуникации.</p> <p>По дисциплине «Иностранный язык» предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой и экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 11 зачетных единиц.</p>
	<p>Основы толерантности</p>	<p>Дисциплина «Основы толерантности» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой Культуры мира и демократии.</p> <p>Цель дисциплины: сформировать систему знаний и выработать основные навыки, необходимые для освоения и поиска подходов к пониманию происходящих социальных и политических процессов и моделирования новых социальных отношений, а также сформировать представления о месте и роли диалога, компромисса, согласования позиций в структуре современного общества.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> выработать понимание факторов и проявлений многоаспектности социальных, политических, культурных процессов; выработать способности выделять общее в процессе коммуникации с другими людьми, а не замыкаться на собственном опыте и модели поведения; сформировать навыки ведения переговоров и согласования позиций в ситуациях повседневного общения. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-1 – способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</p> <p>ОК-2 – способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции</p> <p>ОК-5 – способностью 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>ОК-7 – способностью к самоорганизации и самообразованию</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - психофизиологические особенности личности; - знать методы формирования толерантного отношения к различным социальным, этническим и конфессиональным общностям; - знать формы и методы работы в коллективе; - знать основные способы и приемы организации коллективной работы; - знать политическое разнообразие идей и установок; - знать принципы развития и закономерности функционирования общества как целостной социокультурной системы; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь работать в команде, толерантно воспринимать социальные, культурные и личностные различия; - уметь осуществлять учебную и профессиональную деятельность в коллективе; - уметь толерантно воспринимать различные политические идеи и анализировать их. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбрать подход, стиль и способ управления ситуацией коммуникации; - моделировать ситуации достижения консенсуса и согласованности позиций - выявлять характерные особенности осуществления диалога в различных сферах социальной и политической жизни и в мультикультурной среде. <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме</p>

		<p>зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетная единица.</p>
	Безопасность жизнедеятельности	<p>Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» Дисциплина «Политология» является дисциплиной базовой обязательной части учебного плана по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется кафедрой физической культуры, спорта и безопасности жизнедеятельности на всех факультетах университета, являясь базовой (обязательной) частью подготовки студентов бакалавриата.</p> <p>Цель дисциплины: формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры).</p> <p>Задачи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучить характер чрезвычайных ситуаций и их последствия для жизнедеятельности. 2. Овладеть правовыми основами безопасности жизнедеятельности при возникновении чрезвычайных ситуаций. 3. Подготовить студентов к осознанным действиям в чрезвычайных ситуациях, научить грамотно применять способы защиты жизни и здоровья в сложившейся критической обстановке. 4. Сформировать навыки оказания первой помощи населению при ликвидации последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, а также при массовых эпидемиях. <p>Дисциплина направлена на формирование компетенций: ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию ОК-9 готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: последствия ЧС и способы действия в сложившейся критической ситуации. Уметь: применять профессиональные знания для минимизации негативных экологических последствий обеспечения безопасности в условиях ЧС при оказании первой помощи пострадавшим в ЧС. Владеть: практическими навыками для обеспечения личной безопасности и окружающих в ЧС.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетная единица</p>
	Информационная эвристика	<p>Дисциплина «Информационная эвристика» реализуется на факультете архивного дела кафедрой вспомогательных исторических дисциплин и археографии.</p> <p>Цель дисциплины – сформировать представление о природе научной информации, путях поиска информации по социальным и гуманитарным наукам, дать знания и навыки, необходимые для проведения самостоятельной научной работы, создания, редактирования и использования библиографических пособий по дисциплинам гуманитарного цикла.</p> <p>Задачи: выработать у студента:</p> <ul style="list-style-type: none"> – системное знание о методах информационного поиска в системе современного гуманитарного знания; – представление о целостном и систематизированном виде необходимые сведения о корпусе информационных пособий по социальным и гуманитарным наукам, правилах и логике поиска их и работы с ними; – начальные знания об исторически сложившейся системе справочных и информационных изданий по социальным и гуманитарным наукам; – навыки поиска необходимой библиографической информации; – умение составлять и использовать библиографические пособия. <p>Дисциплина <i>Информационная эвристика</i> направлена на формирование следующих компетенций: ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию 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>В результате освоения дисциплины (Информационная эвристика) обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Практические аспекты правовой библиографии.; 2. Основной круг библиографических источников. <p><i>Уметь:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составлять библиографическое описание источника информации по правилам, предусмотренным действующими ГОСТами; 2. Составлять тематические списки источников и литературы по определенной теме. <p><i>Владеть:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методами информационного поиска в информационно-справочных системах архивов и библиотек, в библиографических справочниках, в интернет и электронных ресурсах. <p>По дисциплине «Информационная эвристика» предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины «Информационная эвристика» составляет 1 зачетную единицу.</p>
	Психология	<p>Дисциплина «Психология» является частью базового цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется кафедрой социальной психологии.</p> <p>Цель дисциплины – сформировать научное понимание психики и психологии человека, отличающееся от бытовых, упрощенных и иррациональных описаний.</p> <p>Задачами курса являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ формирование научного подхода к изучению психики человека, психологии социальных групп; ▪ ознакомление с основными понятиями современной психологии; ▪ изучение психологических аспектов обучения, развития личности и учет их в личной и профессиональной деятельности <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:</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><i>Знать:</i> основные категории и понятия научной психологии; направления, подходы, теории в психологии и современные тенденции развития психологических концепций и использовать данные знания как средство профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать знания об особенностях темперамента, характера, личности человека в процессе профессиональной творческой деятельности для повышения своей квалификации и развития личностных качеств.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками создания профессионального образа, т.е. рассмотреть понятие и процесс профессиональной самоидентификации и рефлексивности; навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций .</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль в форме опросов и промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.</p>
	Математика	<p>Дисциплина «Математика» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой фундаментальной и прикладной математики.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> обеспечить необходимую фундаментальную подготовку студентов к изучению и усвоению основных идей и методов современных разделов математики.</p> <p><i>Задачи дисциплины:</i> обеспечить овладение будущими специалистами современными методами исследования непрерывных и дискретных процессов, используя понятийный аппарат конечной математики и дифференциального и интегрального исчисления.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию. <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> основные понятия, теоремы и методы дифференциального и интегрального исчисления, методы конечной математики.</p> <p><i>Уметь:</i> исследовать функции, строить их графики, вычислять производные и интегралы.</p> <p><i>Владеть:</i> аппаратом дифференциального и интегрального исчисления.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме опроса, тестирования, контрольной работы, расчетно-графической работы, коллоквиума, промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
	Социология	<p>Дисциплина «Социология» реализуется кафедрой теории и истории социологии социологического факультета.</p> <p>Цель дисциплины: подготовить специалиста, обладающего знаниями об обществе как о целостной реальности в контексте анализа феноменов общественного сознания, основных практик жизнедеятельности и конкретных условий его функционирования.</p> <p>Задачи дисциплины: помочь студентам изучить основные категории социологического знания и усвоить основные социологические теории; получить знания о социальной структуре современного российского общества; развить умение использовать социологические подходы при анализе актуальных социальных проблем; освоить навыки организации и проведения социологического исследования.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> ОК-6 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. ОК-7 способность к самоорганизации и самообразованию. <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> основные источники и литературу по социологии.</p> <p><i>Уметь:</i> ориентироваться в проблемном поле российского общества.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками участия в коллективных проектах.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
	Основы академического письма	<p>Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой истории и теории исторической науки.</p> <p>Цель дисциплины: подготовка учащихся к ведению самостоятельной учебно-научной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <p>состоят в формировании навыков по</p> <ul style="list-style-type: none"> поиску, анализу, систематизации информации по профилю специальности, по подготовке письменных учебно-научных работ и устных выступлений. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> ОК <ul style="list-style-type: none"> ОК-5 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия ОК-7 способность к самоорганизации и самообразованию ОПК <ul style="list-style-type: none"> ОПК-3 обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <p>основные методы работы с научным текстом;</p> <p>основные виды учебно-научных письменных работ;</p>

		<p>основные составляющие научно-учебной письменной работы; основные источники научной информации по своей специальности; основные правила оформления научно-учебных работ.</p> <p>Уметь: оформлять учебно-научную работу в соответствии с принятыми правилами</p> <p>Владеть навыками поиска и сбора информации по своей специальности; навыками анализа научного текста; навыками написания учебно-научной работы; навыками подготовки (презентации) авторского проекта по профилю специальности; навыками оформления учебно-научной письменной работы</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.</p>
<p>Основы теории коммуникации</p>		<p>Дисциплина «Основы теории коммуникации» входит в базовую 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.</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> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать способность понимать, ситуативно систематизировать и корректно излагать в устной и письменной форме знания об изучении и реализации социальных коммуникаций; – 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; – 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. <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <p>ОК-1 - способность использовать основы 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-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-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.</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать:</i> основные термины и понятия теории коммуникации; предпосылки становления феномена коммуникации в современном обществе и в российской социально-культурной среде; особенности основных видов коммуникации, возможности из изучения и практического использования; основные критерии подбора информации для научной и практической деятельности; содержание основных направлений теоретического изучения коммуникации, соответствующие им методологические подходы и модели коммуникативного взаимодействия.</p>

		<p><i>Уметь:</i> аргументировано характеризовать содержание основных направлений теоретического изучения и моделей коммуникации, в том числе с учетом их прикладных аспектов в рекламе и связях с общественностью; делать выводы на основе изучения развития теории коммуникации; применять в практической деятельности принципы социокультурного взаимодействия; осуществлять поиск информации в области теории коммуникации; выделять и практически учитывать в многообразии коммуникативных практик виды и базовые модели, а также используемые в коммуникативном взаимодействии средства и технологии.</p> <p><i>Владеть:</i> приемами чтения и понимания основных теоретических текстов по коммуникативным наукам; аналитическими навыками по рассмотрению закономерностей социокультурного развития; навыками работы в коллективе, учитывая социокультурные различия; методикой сбора информации по профилю деятельности; навыками моделирования коммуникационных процессов.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц.</p>
<p>Основы интегрированных коммуникаций</p>		<p>Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права Историко-архивного института РГГУ кафедрой 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"> • овладение современными научными знаниями в области использования интегрированных коммуникаций; • формирование потребности в расширении своих представлений в области современных интегрированных коммуникаций; • овладение умениями и навыками анализа и описания современных интегрированных коммуникаций. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-7 способность к самоорганизации и самообразованию; • ОПК-1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; • ОПК-4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; • ОПК-6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учётом основных требований информационной безопасности. <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> современные научные исследования в области использования интегрированных коммуникаций (ОК-7); предпосылки возникновения интегрированных коммуникаций и их ключевые понятия (ОК-7); вопросы регулирования деятельности в сфере связей с общественностью и рекламы: правовое обеспечение связей с общественностью и рекламы (ОПК-6); неформальные способы регулирования в области связей с общественностью (ОПК-6).</p> <p><i>Уметь:</i> выявлять закономерности и тенденции развития процесса интегрированных коммуникаций в современных условиях рыночной экономики (ОК-7); выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ (ОПК-1); определять факторы интеграции коммуникаций, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ОПК-4, ОПК-6).</p> <p><i>Владеть:</i> навыками самостоятельного овладения новыми знаниями теории рекламы и связей с общественностью и практикой ее развития (ОК-7); навыками экспертной оценки и стратегического планирования (ОПК-4); средствами планирования и проведения интегрированных коммуникационных кампаний и организаций, навыками организационной коммуникации, обеспечивающей создание инфраструктурных предпосылок интегрированных коммуникационных кампаний и мероприятий (ОПК-1, ОПК-6).</p>

		<p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц.</p>
	<p>Практики интегрированных коммуникаций</p>	<p>Дисциплина «Практики интегрированных коммуникаций» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины: 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>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • получение навыков профессиональных исследований коммуникативных процессов, затрагивающих деятельность PR-объекта; • овладение приемами стратегического планирования и управления текущими практиками интегрированных коммуникаций; • приобретение навыков подготовки различного рода PR- и рекламных текстов и использования основных каналов их доставки до целевых аудиторий в организуемых практиках интегрированных коммуникаций; • овладение инструментарием осуществления различного рода практик во внутрикорпоративных коммуникациях организации; • овладение методами, технологиями и приемами организации различного рода PR- и рекламных практик в существующем внешнем коммуникационном пространстве организации; • развитие способности к определению имеющихся коммуникационных ресурсов организации событийной коммуникации и владение технологиями осуществления ивента продвижения создаваемого имиджа или бренда; • 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. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-1 способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;</p> <p>ОК-2 способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;</p> <p>ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;</p> <p>ОПК-3 обладанием 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> <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>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><u>Знать</u>: специфику формирования имиджа и репутации организации в современных бизнес-стратегиях; принципы взаимодействия PR-служб с основными группами общественности; содержание практики профессиональной деятельности PR-специалиста; основные модели организации текущих практик PR-коммуникаций; методику сбора информации по профилю деятельности; технологию планирования и проведения PR- и рекламных кампаний; технологии организации событийных практик интегрированных коммуникаций; методы работы с «внешней» и «внутренней» общественностью, лидерами мнений в сфере профильной деятельности организации; правила составления типичных PR-</p>

		<p>документов и рекламных сообщений; алгоритм организации антикризисного управления и антикризисных коммуникаций в ситуации репутационных угроз; знать технологии рекламного, пропагандистского и PR-воздействия в рамках организации практик интегрированных коммуникаций; специфику проведения информационного сопровождения деятельности организации.</p> <p><u>Уметь:</u> применять в своей деятельности основные модели практики организации коммуникации, оценивать эффективность их использования; самостоятельно определять группы важной для организации общественности и методы работы с ними; проводить опросы и другие исследования общественного мнения по тематике организации будущей практики интегрированных коммуникаций; анализировать полученную в ходе исследований информацию и на ее основе вырабатывать стратегию и тактику организации будущей практики интегрированных коммуникаций; налаживать отношения со СМИ, обладать навыками письменных коммуникаций; самостоятельно планировать и проводить PR- и рекламные кампании, оценивать их эффективность; проводить основные PR-акции: пресс-конференции, брифинги, форумы, презентации, выставки и т.п.; провести основные рекламные акции; наладить работу PR-отдела в политических, коммерческих и общественных организациях; оценить эффективность проведенной практики интегрированных коммуникаций; организовать антикризисное управление и антикризисные коммуникации в ситуации репутационных угроз; разрабатывать стратегию посткризисного формирования позитивного имиджа фирмы; самостоятельно давать рекомендации по формированию имиджа конкретного лица, компании, органов государственного управления; проводить внешний коммуникативный аудит текущих практик интегрированных коммуникаций ведущих брендов.</p> <p><u>Владеть:</u> методами социологических и маркетинговых исследований для анализа предстоящих практик интегрированных коммуникаций; методикой разработки сообщений для различных целевых аудиторий; технологиями организации текущих практик интегрированных коммуникаций различного рода компаний и фирм; методами и приемами медиа-рилейшнза для установления безбарьерной коммуникации с журналистами; технологиями организации событийной коммуникации: пресс-конференции, брифинги, форумы, презентации, выставки и т.п.; техникой создания продающихся рекламных и PR-текстов для различных целевых аудиторий; приемами эффективных продаж уникальных коммуникативных предложений на рынке, а также навыками публичной презентации выводимых на рынок брендов и имиджем конкретных персон; технологиями планирования практик интегрированных коммуникаций и расчетом их бюджета; оценкой коммуникативного аудита программ интегрированного продвижения брендов товаров; 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 тестирования, письменных заданий (эссе, кейсов), промежуточный контроль в форме зачета (5-й и 6-й семестр).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа.</p>
	<p>Теория и практика массовой информации</p>	<p>Дисциплина «Теория и практика массовой информации» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.</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. Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-2 - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции</p> <p>ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач</p>

		<p>межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>ОК-7 - способностью к самоорганизации и самообразованию</p> <p>ОПК-3 - обладанием 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> <p>ОПК-5 - умением проводить 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>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: основные направления массовых коммуникаций, их роль, функции, трансформации. базовые принципы функционирования различных СМК: печатных, радио, ТВ, Интернет, мобильных.</p> <p>Уметь: выполнять аналитические и критические работы по исследованию медиа. планировать и организовывать взаимодействие служб медиа, связей с общественностью, рекламы.</p> <p>Владеть: основами теоретической и практической деятельностью в данной сфере. практическими навыками написания текстов в базовых жанрах СМИ, связей с общественностью, сообщений рекламы, а также конвергентных текстов. навыками мониторинга, анализа материалов СМК для использования в деятельности связей с общественностью и рекламы.</p> <p>По дисциплине предусмотрена аттестация в форме <i>экзамена</i>. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц.</p>
	<p>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» реализуется на факультете истории, политологии и права ИАИ РГГУ кафедрой Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины - подготовить студентов к самостоятельной практической деятельности в области рекламы и связей с общественностью в корпоративных коммуникационных подразделениях.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучающие – формирование представления о специфике менеджмента в PR, типах, структуре и содержании рекламных и PR - служб компании. - развивающие – способствовать формированию у студентов навыков самостоятельной деятельности по созданию и управлению PR- и рекламных служб, организации их деятельности. <p>Дисциплина «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью» направлена на формирование следующей компетенции:</p> <p>ОК –1 - способность использовать основы 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–3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;</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 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</p> <p>ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию;</p> <p>ОПК-1 – способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных</p>

		<p>структурах</p> <p>ОПК-2 - владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах 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 – умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>ОПК-5 - умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.</p> <p>В результате освоения дисциплины «<i>Организация работы отделов связей с общественностью</i>» обучающийся должен:</p> <p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические и методологические основы рекламной и PR-деятельности; – принципы организационного построения отделов рекламы и PR; – законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность отделов рекламы и PR. <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать качество рекламного и PR продукта исходя из задач деятельности отделов рекламы и связей с общественностью; – разрабатывать рекламный и PR-продукт различных типов в кооперации с рекламным агентством; – осуществлять выбор инструментальных средств для проведения кампаний в рамках деятельности рекламного и PR-отделов. <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками управления конфликтами во время деловых переговоров; – навыками написания PR-текстов; – методами расчёта показателей эффективности деятельности отделов рекламы и связей с общественностью. <p>По дисциплине предусмотрена аттестация в форме <i>зачет с оценкой</i>. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.</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 и профессиональной коммуникации.</p> <p><i>Задачи:</i> изучить содержание основных интеллектуальных технологий и возможности их использования в практической деятельности; сформировать у студентов способность реализовывать прикладные интеллектуальные технологии; отработать навыки применения интеллектуальных технологий в типовых социально-профессиональных ситуациях.</p> <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 • 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><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать:</i> содержание содержание интеллектуальных технологий и возможности их использования в практической деятельности;</p> <p><i>Уметь:</i> применять принципы и подходы интеллектуальных в практической деятельности;</p> <p><i>Владеть:</i> навыками использования интеллектуальных в типовых социально-профессиональных ситуациях.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме</p>

		<p>экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.</p>
	Введение в связи с общественностью	<p>Дисциплина «Введение в связи 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> обозначение профессиональной среды, профессионального «образа» и его атрибутики, формирование базовых навыков профессионального языка и мышления у обучающихся.</p> <p><i>Основные задачи курса:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - обоснование сути, специфики, сферы профессиональной деятельности; - формирование и поддержание у студентов-первокурсников интереса к выбранной профессии; - знакомство с языком, терминами, понятиями профессии. <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i> ОПК-3 обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать:</i> обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.</p> <ul style="list-style-type: none"> – функциональное предназначение и сущностную основу деятельности в сфере связей с общественностью, основные понятия и определения; – функции специалиста по связям с общественностью, профессиональные требования к специалисту; – историю связей с общественностью; – сферы применения связей с общественностью; – виды, средства, формы и методы коммуникаций в сфере связей с общественностью; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – самостоятельно работать с рекомендуемой литературой для подготовки сообщений по вопросам теории и практики связей с общественностью; – выполнять организационные работы при подготовке и реализации мероприятий в сфере связей с общественностью; – создавать информационные тексты для решения задач в сфере связей с общественностью; – анализировать деятельность в сфере связей с общественностью, применяя соответствующие категории связей с общественностью; <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, – навыками работы с PR-текстами на родном языке, – способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя; – методами коммуникации в кросс-культурном пространстве. <p>По дисциплине предусмотрена аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.</p>
	Практикум по профессиональному и деловому письму	<p>Дисциплина «Практикум по профессиональному и деловому письму» 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» и реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> развитие у обучающихся навыков создания и анализа профессиональных тек</p>

		<p>стов, а также знания видов профессиональных текстов и их особенностей. Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ознакомление обучающихся с тестовой культурой медиа и коммуникативных продуктов; • Развитие у студентов навыков письменной коммуникации и обучение написанию текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации; • Формирование у студентов навыков написания профессиональных текстов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. ОПК-3 - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга. ПК-4 - владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт). ПК-8 - способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. В результате освоения дисциплины обучающийся должен: - <i>Знать</i> виды профессиональных текстов и их особенности; практику информационных кампаний и обеспечение их соответствующими документами для размещения в СМИ и социальных сетях; этические принципы работы в рамках принципов открытости и корпоративной социальной ответственности.</p> <p><i>Уметь</i> выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; работать в различных стилях и создавать тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; работать на основе принципов открытости и корпоративной социальной ответственности.</p> <p><i>Владеть</i> навыками создания эффективных медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; методологическими приемами создания текстов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыт; навыками работы на основе принципов открытости и корпоративной социальной ответственности.</p> <p>По дисциплине предусмотрена аттестация в форме <i>зачета</i>. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц.</p>
	Критическое мышление	<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> <ul style="list-style-type: none"> – изучить содержание концепции критического мышления и возможности его использования в практической деятельности; – сформировать у студентов способность реализовывать принципы и методические подходы критического мышления; – отработать навыки использования критического мышления в типовых социально-профессиональных ситуациях. <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-1 – владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей

		<p>ее достижения</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию • 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><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать</i> содержание концепции критического мышления и возможности его использования в практической деятельности; основные методики получения новых знаний и организации учебного процесса; принципы решения профессиональных задач.</p> <p><i>Уметь</i> обращаться с информацией, формулировать тезисы; самостоятельно выбирать информацию для обучения и применять принципы и подходы критического мышления в практической деятельности; применять выработанные навыки критического подхода к информации в профессиональной деятельности.</p> <p><i>Владеть</i> техникой анализа и структурирования информации; техниками тайм-менеджмента; навыками решения практических задач на основе анализа данных</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме учебных заданий, итоговая аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
	<p>Методы количественных исследований</p>	<p>Дисциплина «Методы количественных исследований» 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"> 1) изучить возможности и ограничения методов количественных исследований; 2) сформировать у студентов готовность организовать и проводить исследования количественными методами; 3) отработать навыки составления программы исследования, формулирования вопросника, обработки полученных данных, написания исследовательского отчета. <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-2 способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; • ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности. <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Знать</i> возможности и ограничения различных методов количественных исследований. • <i>Уметь</i> организовать и провести исследования в профессиональной сфере количественными методами. • <i>Владеть</i> составлением программы исследования, формулирования вопросника, обработки полученных данных, написания исследовательского отчета. <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
	<p>Стилистика и литературное редактирование</p>	<p>Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» входит в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется кафедрой теоретической и прикладной лингвистики.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> выработка практических навыков создания письменных текстов СМИ и литературного редактирования; обучение умению анализировать опубликованные тексты; обучение стилистике и нормам публицистической речи.</p> <p><i>задачи дисциплины:</i></p>

		<ul style="list-style-type: none"> - сформировать общие знания об особенностях литературного редактирования и языка СМИ; - изучить основные понятия дисциплины, иметь общее представление о роли языка и механизме речи в процессе коммуникации; - научить применять полученные знания и умения в собственной речевой практике; - освоить нормы использования языка, стилистики и речевых форм в современных СМИ; - развить навыки письменной коммуникации и обучить написанию текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и стилистических особенностей. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия ОК-7 - способностью к самоорганизации и самообразованию ОПК-3 - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен: В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Знать</i> основные масс-медийные жанры и их стилистические особенности; основные средства речевой выразительности в СМИ; методы языкового манипулирования в СМИ; культурную, историческую и социальную специфику группы или региона, на который направлен проект; • <i>Уметь</i> анализировать единицы различных языковых уровней в контексте; интерпретировать и творчески комментировать медиатекст; анализировать статью как основной жанр массмедийного дискурса; осуществлять авторскую деятельность по созданию текстов в рекламе и СО • <i>Владеть</i> методами анализа медиатекста, сведений о социокультурных явлениях; маркетинговыми технологиями при создании коммуникационного продукта. <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.</p>
Прикладная психология социальных коммуникаций		<p>Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права Историко-архивного института РГГУ 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: сущность и содержание понятий самоорганизация и самообразования, способы самообразования и самоорганизации. Уметь: определять индивидуальную траекторию развития. Владеть: способами самообразования и самоорганизации.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц.</p>

Социология массовых коммуникаций		<p>Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой политической социологии социологического факультета.</p> <p>Цель дисциплины: освоение основных подходов к изучению социальной коммуникации в связи с совокупностью наук, изучающих данный социальный феномен.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рассмотреть онтологические, гносеологические и методологические обоснования теории коммуникации; • изучить современные подходы к системной организации коммуникации; рассмотреть возможности решения задач естественных и естественно-искусственных коммуникативных систем в связи с социальными запросами современного общества; • обосновать единицы, функции и социально значимые категории межличностной и массовой коммуникации с учетом параметров коммуникативной личности как единицы социума; • определить актуальный круг проблем массовой коммуникации; • выявить особенности таких коммуникативных областей, как общественные связи и отношения. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ОК-7 - способностью к самоорганизации и самообразованию</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание изложенных в курсе теоретических и методологических концепций теории коммуникаций. <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с категориями «общение», «коммуникация», «речевая деятельность» и понятиями, связанными с ними; - анализировать и интерпретировать тексты по социологии коммуникаций; - исследовать особенности социальной коммуникации разных социокультурных общностей, используя адекватные социологические методы. <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийным аппаратом дисциплины; - техниками анализа и интерпретации материала. <p>По дисциплине предусмотрен текущий контроль успеваемости в форме устных опросов на семинарских занятиях, письменных домашних заданий и самостоятельной работы, промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.</p>
Психология массовых коммуникаций		<p>Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» реализуется на факультете истории, политологии и права ИАИ РГТУ кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства</p> <p>Цель дисциплины «Психология массовых коммуникаций» - освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность осуществления знаний, умений и навыков в области психологии массовой политической коммуникации для эффективного осуществления научно-исследовательской, коммуникативной, консультативной и экспертной деятельности в рамках подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью»</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – введение в круг современных проблем массовой коммуникации, связанных с будущей профессиональной деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью – формирование целостного понимания основных психологических закономерностей функционирования массового и индивидуального сознания и поведения; – овладение навыками современного психологического исследования процесса массовой коммуникации, его основных элементов и механизмов функционирования; <p>формирование способности самостоятельно ставить цели, связанные с использованием массовой коммуникации, выбирать технологии и психологические механизмы, необходимые для реализации этих целей</p>

		<p>Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» направлена на формирование следующей компетенции:</p> <p>ОК-1 способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</p> <p>ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p> <p>ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</p> <p>В результате освоения дисциплины «Психология массовой коммуникации» обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия современной психологии массовой коммуникации, структуру современной психологии массовой коммуникации, психологические механизмы - закономерности восприятия информации в условиях массовой коммуникации; - основные научные понятия в области психологии массовой коммуникации, основные особенности психологии пропаганды, рекламного воздействия, слухов, моды и творчества в коммуникационных процессах воздействия на аудиторию. <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь проводить психологический анализ массово-коммуникационных процессов, отдельных сообщений средств коммуникаций для оценки их воздействия на аудиторию; - проводить анализ влияния средств массовой коммуникации; <p><i>владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методикой изучения эффективности воздействия средств коммуникаций на аудиторию ; базовыми навыками массовой коммуникации для взаимодействия с целевой аудиторией и населением; - методикой проведения медиа образовательных мероприятий с различными сегментами. <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц.</p>
	<p>Мировая и отечественная литература в массовых коммуникациях</p>	<p>Дисциплина «Мировая и отечественная литература в массовых коммуникациях» реализуется на факультете истории, политологии и права, кафедрой теории и практики общественных связей.</p> <p>Цель дисциплины: создать устойчивое представление о взаимосвязях российской и отечественной литературы в контексте массовых коммуникаций информационного общества.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обозначить магистральные сюжеты и архетипы мировой и отечественной литературы – выявить социокультурную специфику русской литературы и основные этапы ее развития – проследить трансформацию смысловых и культурных доминант мировой и отечественной литературы под влиянием развития массовых коммуникаций информационного общества <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-1 - способность использовать основы 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</p>

		<p>редактирования, копирайтинга.</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать:</i> основные магистральные сюжеты мировой литературы; доминирующие социокультурные и литературные архетипы; основные этапы становления и развития отечественной литературы; специфику массовых коммуникаций и их влияние на отечественную и мировую литературу.</p> <p><i>Уметь:</i> выделять архетипы и магистральные сюжеты из предложенных произведений; выявлять структуру литературных произведений; проводить семиотический анализ литературных произведений; выявлять структурные, смысловые и формальные элементы влияния медиа на литературу.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками литературоведческого анализа, основными навыками семиотического анализа, комплексной системой литературных архетипов.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц.</p>
	<p>Основы брендинга</p>	<p>Дисциплина «Основы брендинга» входит в базовую 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><i>Цель дисциплины:</i> создать устойчивое представление о специфике брендинга в современной профессиональной среде.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – сформулировать основные подходы к понятию брендинг; – выявить коммуникативную структуру понятия бренд; – проследить этапы развития брендинга в среде интегрированных коммуникаций, – определить основные технологии бренд-менеджмента. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; • ОПК-2 - владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью копирайтинга; • ОПК-3 - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга; • ОПК-4 - умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия. <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> особенности профессиональной коммуникации в устной и письменной форме; этапы развития бренда в профессиональной коммуникативной среде; принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью в брендинговой коммуникации; специфику планирования брендинговых.</p> <p><i>Уметь:</i> выстраивать брендинговую коммуникацию на русском и иностранном языках; выявлять структуру бренда; принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний по продвижению бренда.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками межличностного и межкультурного взаимодействия в условиях международного позиционирования бренда; навыками построения различных бренд-коммуникационных компаний; навыками участия и планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий в области брендинга.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
	<p>Речевые коммуникации</p>	<p>Дисциплина «Речевые коммуникации» является вариативной частью общенаучного цикла дисциплин по подготовке 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 дисциплины</i> – дать студенту системное представление о речевой</p>

		<p>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"> 1) изучить основные понятия дисциплины, иметь общее представление о роли языка и механизме речи в процессе коммуникации; 2) усовершенствовать навыки слушания, говорения, аудирования и письма на родном языке; 3) уяснить основные законы использования родного языка и уметь пользоваться ими в речевой коммуникативной ситуации; 4) овладеть стратегиями воздействия при построении монологического, диалогического и полилогического высказываний. <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> <p>ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>Знать:</i> основные понятия речевых коммуникаций; речевые стратегии воздействия (убеждения и переубеждения); принципы формулирования устного монологического высказывания и ведения профессионального диалога; этические, социо- и психолингвистические аспекты речевой коммуникации; принципиальные различия социального, этнического, конфессионального и культурного характера.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; анализировать стратегии устной и письменной коммуникации; пользоваться речевыми стратегиями убеждения и переубеждения; принципами формулирования устного монологического высказывания и ведения профессионального диалога; этические, социо- и психолингвистические аспекты речевой коммуникации.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками эффективного коммуницирования на русском и иностранном языках; нормами культуры речи; умениями тестировать речевое поведение партнёра в заданной коммуникативной ситуации.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы</p>
	Конфликтология	<p>Дисциплина «Конфликтология» является курсом базовой части учебного плана направления 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 кафедрой культуры мира и демократии.</p> <p>Цель дисциплины: подготовка обучающихся к организационно-управленческой деятельности по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС ВО, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.</p> <p>Задачами дисциплины является изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических задач.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-1 владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения</p> <p>ОК-2 умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную</p>

		<p>письменную речь</p> <p>ОК-6 стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства</p> <p>ОК-7 умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: основные источники научной информации для конфликтологического анализа;</p> <p>Основные приемы выстраивания межличностной коммуникации; основные этапы генезиса и развития коммуникативных наук, специфику становления коммуникативных науки;</p> <p>основные подходы к анализу;</p> <p>Уметь: обобщать, генерализировать и анализировать информацию; анализировать собственную аргументацию и аргументацию своего собеседника для достижения цели дискуссии; находить, анализировать информацию о новейших подходах в конфликтологии;</p> <p>работать с информацией.</p> <p>Владеть: навыками самоорганизации и самообразования, поиском источников научной информации</p> <p>навыками развития компетенций по сферам профессиональной деятельности</p> <p>навыками применения полученных знаний для формирования собственной жизненной стратегии.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы</p>
	<p>Коммуникационные кампании и мероприятия</p>	<p>Дисциплина «Коммуникационные кампании и мероприятия» входит в базовую часть дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью», направленность «Связи с общественностью и коммуникативные технологии». Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель курса – подготовить студентов к самостоятельной практической деятельности в сфере организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование представления о структуре и содержании кампании в области связей с общественностью, их концептуальных основах и моделях построения. • 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. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>ОПК-4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>ОПК-5 умением проводить 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>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <p>основные типы коммуникационных кампаний и их особенности</p> <p>Уметь:</p>

		<p>анализировать продукты и оказать помощь в функционировании системы PR-отрасли решать задачи, связанные с планированием и организацией коммуникационных кампаний Владеть: навыками определения основных векторов развития современного состояния связей с общественностью навыками организации и проведения коммуникационных кампаний</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы</p>
	<p>Теория и практика формирования сообществ</p>	<p>Дисциплина «Теория и практика формирования сообществ» 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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>В результате изучения курса студенты приобретают следующие компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-2. Способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции. • ОК-6. Способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; • ОК-7. Способностью к самоорганизации и самообразованию. • 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>По освоению учебного курса «Теория и практика организации сообществ» обучаемые должны знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия – теории организации сообществ («социальное действие», «социальная структура», «общественное производство», «организация», «социальная группа», «малая группа», «сообщество»); – понятия и средства реализационного аспекта теории сообществ («стратегия», «технология», «проектирование», «социальная инженерия и дизайн», «метод», «средство организационной деятельности»); – содержание современных технологических подходов к формированию сообществ в интересах организации (региона). <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить описание и анализ социальной потребности и управленческого заказа на организацию сообществ; – строить базовые схемы системы сообществ в интересах организации (региона); – выработать обоснованные проектные и технологические предложения по организации сообществ в конкретной социально-экономической и политической ситуации. <p>владеть: навыками личного саморазвития, практическими приемами и инструментами формирования сообществ.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>

	<p>Политический PR и политическая реклама</p>	<p>Дисциплина «Политический PR и политическая реклама» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины: 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 дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • определить роль политического PR и политической рекламы в практиках политических коммуникаций современного общества; • изучить сущностные характеристики технологий политического PR и политической рекламы и необходимость их применения в политических PR-кампаниях; • ознакомить студентов с основными технологиями и методами воздействия политического PR и политической рекламы на электоральное поведение; • сформировать практические навыки анализа проводимых отечественных и зарубежных политических PR-кампаний у студентов; • проанализировать методы анализа эффективности PR-кампаний политических партий и отдельных политиков в ходе проведенных ими избирательных кампаний. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-1 способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;</p> <p>ОК-2 способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;</p> <p>ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.</p> <p>ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>ОПК-3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;</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>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><u>Знать:</u> предметное поле и историю становления политического PR и рекламы в нашей стране; основные теоретические и методологические подходы к анализу складывающегося перед началом проведения политической PR-кампании событийного контекста, в т.ч. и учитывая закономерности исторического развития общества для определения стратегии и тактики проведения политических рекламных и PR-кампаний; экономические, правовые и этические аспекты деятельности PR-специалиста в сфере политического PR и политической рекламы; специфику формирования имиджа и репутации отдельного политика или партии в текущих практиках по политической рекламе и связей с общественностью в современной политике; правила составления типичных PR-документов и основных правил написания текстов рекламных сообщений и иных профессиональных текстов в сфере политической рекламы и связей с общественностью в современной политике; специфику осуществления основных технологий и методов воздействия политического PR и политической рекламы на электоральное поведение.</p> <p><u>Уметь:</u> выделять ключевые характеристики практики протекания коммуникативных кампаний по политическому PR и политической рекламе (социальный контекст, субъекты и каналы коммуникации, содержание сообщений); использовать теоретический материал данного учебного курса для выработки собственного понимания и оценки эффективности проводимых PR-кампаний политическими партиями и отдельными политиками; выделить ключевые характеристики осуществления практик политических рекламных и PR-коммуникаций на основных этапах социально-ориентированных коммуникативных кампаний (социальный</p>
--	---	--

		<p>контекст, субъекты и каналы коммуникации, содержание сообщений) по формированию гражданской позиций различных сегментов современного общества в предвыборный период; подсчитывать бюджет и составлять смету организуемой коммуникационной кампании по политическому PR и политической рекламы или отдельных ее этапов; 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; готовить пресс-релизы, предвыборные лозунги, тексты политической рекламы и иные PR-тексты для СМИ, digital-каналов массовой коммуникации и основных групп общественности в сфере современной публичной политики; 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.</p> <p>Владеть: методикой анализа выявления эффективности текущих коммуникативных кампаний по политическому PR и политической рекламе; методикой определения актуального коммуникативного контента для формирования информационных и рекламных сообщений для ключевых аудиторий в текущих практиках политического PR и политической рекламы; алгоритмом осуществления практик политических рекламных и PR-коммуникаций на основных этапах социально-ориентированных коммуникативных кампаний по формированию гражданской позиций различных сегментов современного общества; методикой определения экономической эффективности проведенной коммуникационной кампании по политическому PR и политической рекламы или отдельных ее этапов; 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; навыками литературного редактирования рекламных и основных PR-текстов, копирайтинга и спичрайтинга в сфере современной политической рекламы и политического PR; техниками проектирования будущей политической PR-кампании, исходя из ранее проведенных политико-психологических и политико-социологических исследований.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и письменных контрольных заданий, промежуточный контроль в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Межкультурная коммуникация</p>	<p>Дисциплина «Межкультурная коммуникация» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой культуры мира и демократии.</p> <p>Цель дисциплины: сформировать систему знаний и выработать основные навыки и умения, необходимые для освоения практик общения в мультикультурных, полиэтнических и поликонфессиональных обществах, адаптации к новым культурным и культурным различиям и налаживания эффективной коммуникации с представителями других культур, для понимания растущей роли межкультурного диалога, компромисса и согласия в повседневной и профессиональной жизни современного общества.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) способствовать осознанию коммуникативных моделей различных культур; 2) повысить уровень культурной осведомленности и расширить запас фоновых знаний студентов относительно особенностей коммуникации с представителями других культур; 3) снизить уровень коммуникативной напряженности и период адаптации к иным стандартам коммуникации. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач

		<p>межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - историю и основные концепции направления «межкультурная коммуникация»; культурно-коммуникационные подходы к пониманию происходящих социальных и политических процессов; - структуру (средства, стили) межкультурной коммуникации; - закономерности освоения «чужой» культуры и механизм межкультурного понимания; - особенности, причины и способы преодоления межкультурных конфликтов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбрать подход, стиль и способ управления ситуацией коммуникации; - использовать приемы дискурсивной (диалогической) коммуникации; - моделировать ситуации достижения консенсуса и согласованности позиций в процессе межкультурных коммуникаций; - выявлять конкретные возможности и особенности осуществления диалога в различных сферах социальной и политической жизни и в мультикультурной среде <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками управления ситуациями общения в мультикультурной среде, включая навыки трансформации конкурентной конфликтной коммуникации в культурный диалог и сотрудничество; - 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>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.</p>
	<p>Коммуникационный менеджмент</p>	<p>Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» 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 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"> - формирование представления об управлении коммуникациями как стратегического направления развития современной организации; - развитие навыков у студентов к самостоятельной деятельности в области коммуникационного менеджмента. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенции</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- 7 - способность к самоорганизации и самообразованию;</p> <p>ОПК - 4 – умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>ОПК – 5 - умение проводить 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>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Знать специфику управления коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях. • Уметь решать задачи, связанные с управлением

		<p>коммуникациями, проводить коммуникационные кампании, осуществлять письменную и устную коммуникацию</p> <ul style="list-style-type: none"> • Владеть навыками реализации проектов и кампаний в области коммуникационного менеджмента. <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 часов.</p>
	<p>Проектирование социальных коммуникаций</p>	<p>Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей факультета рекламы и связей с общественностью.</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>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные этнические, конфессиональные и культурные различия; - ОПК-4 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные этнические, конфессиональные и культурные различия, - ОПК-5 - умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия. <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: основы психологических отношений в коллективе; психологические, социальные, коммуникативные и технические особенности социальных коммуникаций; основы психологических отношений в коллективе; психологические, социальные, коммуникативные и технические особенности социальных коммуникаций; основы психологических отношений в коллективе; психологические, социальные, коммуникативные и технические особенности социальных коммуникаций.</p> <p>Уметь: разрабатывать проект социальных коммуникаций; выбирать удачную стратегию социальных коммуникаций; анализировать и давать оценку коммуникации объекта и субъекта; разрабатывать проект социальных коммуникаций.</p> <p>Владеть: навыками определения эффективности коммуникативного воздействия; навыками коммуникаций в социальной сфере.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
	<p>Международные отношения</p>	<p>Дисциплина «Международные отношения» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой культура мира и демократии.</p> <p>Цель дисциплины: овладение слушателями-бакалаврами основами международно-политической науки, позволяющими будущему специалисту в области политологии ориентироваться в проблемах мировой политики и международных отношений, знать основные подходы к их изучению, владеть навыками теоретического и прикладного анализа мировых процессов, уметь критически оценивать состояние традиционных подходов к международным отношениям и текущей мировой политики, понимать значение международно-политического знания и его новых направлений для сохранения мира и международной безопасности, осознания и защиты национальных интересов Российской Федерации, а также для разработки собственных жизненных стратегий во все менее предсказуемом и становящимся опасным мире.</p> <p>Задачи :</p> <ul style="list-style-type: none"> – определение научного статуса, объекта и предметной области международно-политической науки, ее места и роли в политической науке – зарубежной и российской; – формирование базовых представлений об истории и закономерностях развития международных отношений, их специфике и степени управляемости как особой сферы общественных отношений; – овладение базовыми знаниями в области теории международных отношений и мировой политики, умениями работать с абстрактно-

		<p>теоретическими моделями (принципами, нормами, концептами, парадигмами) восприятия и концептуального упорядочения международно-политической реальности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявление нового состояния современных международных отношений и мировой политике, выдвигающего на первый план вопросы глобальной политической управляемости международных процессов, закономерности и риски мирополитического развития и превращающего мировую политику в особую субдисциплину международно-политической науки и политологии в целом; – овладение навыками теоретического и прикладного анализа текущей мировой политики, умениями критического анализа ее современного состояния и разработки на этой основе сценарно-проектного подхода к проблемам и перспективам глобального мирополитического развития; – анализ позиций в новых международных отношениях и глобальной мировой политике современной России. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ОК-1 - способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции ОК-2 - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции ОК-6 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия ОК-7 - способностью к самоорганизации и самообразованию</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: понятийно-категориальный аппарат и теоретические основы мировой политики и международных отношений; основы научного анализа как теоретического, так и прикладного уровней, возможности методов политического анализа и прогнозирования для принятия оптимальных управленческих решений; применять теоретические знания в реальной политической практике на уровне анализа, экспертизы, консалтинга, менеджмента, применять базовые и специальные знания для теоретического и прикладного анализа сферы политики, отдельных политических институтов и механизмов;</p> <p>Уметь: использовать понятийно-категориальный аппарат и концепции международной политологии, различать дисциплину «международные отношения» и «мировую политику» как новую формирующуюся область политического знания; использовать методы современной политической науки и политического анализа; - понимать специфику российской политической системы; - понимать, излагать и критически анализировать базовую общеполитологическую информацию;</p> <p>Владеть: представлениями о современных тенденциях развития политического знания и роли в этом развитии мировой политики, методов ее изучения и проектирования; способностью использовать теоретические общеполитологические знания на практике; - формировать информационное обеспечение политического управления; - применять на практике методы сбора и обработки политической информации; - применять на практике методы политического управления;</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.</p>
	PR-консалтинг	<p>Дисциплина «PR-консалтинг» входит в базовую 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 курса – подготовить студентов к самостоятельной практической деятельности консультанта в области связей с общественностью.</p> <p>Задачи курса: - формирование представления о специфике работы в сфере</p>

		<p>консалтинга.</p> <p>- развитие навыков у студентов к самостоятельной консалтинговой деятельности в области связей с общественностью.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-5 способностью 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>ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию;</p> <p>ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;</p> <p>ОПК-3 обладанием 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> <p>ОПК-5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Знать особенности рынка и PR консалтинговых услуг в области связей с общественностью в России и в мире, • Уметь решать задачи, связанные с работой PR-консультанта, • Владеть навыками управления карьерой в области профессионального PR-консультирования. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аналитико-синтетических заданий, промежуточная аттестация в форме зачет.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Историография социокультурной коммуникатологии</p>	<p>Дисциплина «Историография социокультурной коммуникатологии» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой истории и теории исторической науки.</p> <p><i>Предметом</i> «Историографии социокультурной коммуникатологии» является процесс профессионализации, становления и развития коммуникативного знания, а также правила и приёмы профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью. Под историографией понимаются как исследования по истории профессионализации указанной области гуманитарного знания в целом (общая историография), так и исследования по истории разработки отдельных проблем в рамках этой области (проблемная историография).</p> <p><i>Цель дисциплины (модуля):</i> подготовить высококвалифицированного 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><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Изучить историографические источники (ключевые теоретические труды) по рекламе и связям с общественностью. • Определить основные векторы развития профессионального знания в области рекламы и связей с общественностью на протяжении XIX–XX вв. • Рассмотреть современные характеристики коммуникативной деятельности, выявить основополагающие тенденции развития связей с общественностью в XXI в. • Овладеть необходимой профессиональной терминологией. • 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.

		<ul style="list-style-type: none"> • Развить навыки профессионального представления результатов собственных проектов в области рекламы и связей с общественностью. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-1: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции ОК-2: Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции ОК-6: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Знать</i>: интеллектуальные предпосылки выделения рекламы и связей с общественностью в самостоятельную научно-практическую отрасль в XIX – начале XX вв.; этапы профессионализации знания в указанной сфере в XX в.; основные векторы развития PR и рекламы в конце XX – XXI вв. 2. <i>Уметь</i>: логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; кооперировать с коллегами, работать в коллективе; использовать основные положения и методы гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально значимые проблемы и процессы; понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе; осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; вырабатывать нестандартные решения; проводить исследования в конкретной предметной области; собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы. 3. <i>Владеть</i>: культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности; базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, формировании и поддержании корпоративной культуры; навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчётов в сфере связей с общественностью и рекламы. <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов.</p>
	<p>Исследования в связях с общественностью</p>	<p>Дисциплина «Исследования в связях с общественностью» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины: сформировать у бакалавров устойчивые представления об роли исследований в сфере связей с общественностью в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий и выработки умений по организации и проведении подобных исследований в будущей своей профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучить возможности и ограничения методов исследований в сфере связей с общественностью; • сформировать у студентов готовность организовать и проводить исследования в сфере связей с общественностью; • отработать навыки составления программы исследования, формулирования вопросника, обработки полученных данных, написания исследовательского отчета.

		<p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><u>Знать</u>: разновидности, а также возможности и ограничения различных методов социологических исследований в профессиональной деятельности по связям с общественностью по определению контента коммуникации в рамках межличностного и межкультурного взаимодействия; методику составления аналитической справки, обзора, прогноза на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.</p> <p><u>Уметь</u>: организовать, провести и корректно проинтерпретировать данные социологических исследований в профессиональной сфере по определению контента коммуникации в рамках межличностного и межкультурного взаимодействия; написать аналитическую справку, обзор, прогноз по результатам проведенного исследования на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.</p> <p><u>Владеть</u>: методикой составления программы социологического исследования, сбора и обработки полученных данных, а также написания исследовательского отчета по определению контента коммуникации в рамках межличностного и межкультурного взаимодействия; навыками написания аналитической справки, обзора, прогноза по результатам проведенного исследования на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме выполнения контрольного задания, промежуточный контроль в форме зачета (5-й семестр).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет: 2 зачет. единицы, 72 час.</p>
	<p>Мировые коммуникационные процессы</p>	<p>Дисциплина «Мировые коммуникационные процессы» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей факультета рекламы и связей с общественностью.</p> <p><i>Цель дисциплины</i>: формирование комплекса знаний, умений и навыков, позволяющих специалисту по коммуникациям работать в мультикультурной среде, учитывать этнокультурное разнообразие регионов мира, а также реализовывать транснациональные коммуникативные проекты и компании.</p> <p><i>Задачи дисциплины</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выработать практические навыки для анализа этнокультурного разнообразия определенного региона мира; • изучить основные характеристики функционирования мультикультурных команд и мультикультурных сред; • овладеть основами проектирования транснациональных коммуникативных проектов и компаний. <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующей общепрофессиональной компетенции</i>:</p> <p>ОК-2 - способностью 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>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</p>

		<p>информационной безопасности</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать:</i> этнокультурное разнообразие мира и культурные особенности коммуникации в различных регионах мира.</p> <p><i>Уметь:</i> работать в мультикультурной среде, анализировать культурные особенности целевых аудиторий для транснационального коммуникативного проекта.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками проектирования транснациональной коммуникативной компании.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.</p>
	<p>Политология</p>	<p>Дисциплина «Политология» является дисциплиной базовой обязательной части учебного плана по направлению подготовки бакалавриата 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 профессиональных и специальных дисциплин, связанных с политическими аспектами сферы рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • показать место и роль политической науки в системе современного социально-гуманитарного знания; • раскрыть логику построения политической науки и использования ее категориально-понятийного аппарата; • рассмотреть основные парадигмы современной политологии; • проанализировать субстанциональные свойства политики и ее взаимоотношения с другими сферами социальной действительности; • выявить особенности постановки проблемы власти в современных политических теориях; • определить специфику анализа стратификационных, институциональных и неинституциональных основ политики; • обосновать принципы исследования политических систем, политических режимов, политических процессов. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-2 - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <p>систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития, основные термины и определения, связанные с институциональной подсистемой политической системы;</p> <p>понятийно-категориальный аппарат и логику построения политических теорий, основные парадигмы и направления теоретического анализа политики;</p> <p>Знать: основные нормативно-правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность;</p> <p>уметь:</p> <p>использовать теоретические представления и концепции для приобретения новых знаний применительно к сфере профессиональной деятельности в условиях изменяющейся социально-политической реальности;</p> <p>понимать эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p>определять роль каждого участника в команде;</p> <p>эффективно взаимодействовать с членами команды; участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом;</p> <p>содействовать презентации результатов работы команды; соблюдать этические нормы взаимодействия;</p> <p>анализировать основные этапы развития политической науки и политических процессов;</p>

		<p>владеть:</p> <p>навыками осмысления процессов и явлений, происходящих в политической сфере для формирования гражданской позиции;</p> <p>способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов в сфере профессиональной деятельности;</p> <p>способностью учитывать законодательство Российской Федерации, иные нормативные акты, методические и нормативные документы в профессиональной деятельности.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.</p>
	<p>Физическая культура и спорт</p>	<p>Дисциплина «Физическая культура и спорт» является частью Блока 1 дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль: Связи с общественностью и коммуникативные технологии реализуется на кафедре физического воспитания.</p> <p>Цель дисциплины «Физическая культура и спорт»: формирование всесторонне развитой личности и 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> <p>Изучить основные аспекты научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;</p> <p>овладеть системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психической подготовленности, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;</p> <p>способствовать укреплению здоровья, улучшению физического и психического состояния, коррекции телосложения. Результатом решения этой задачи должно стать улучшение физического развития студентов.</p> <p>понять социальную значимость физической культуры и её роль в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;</p> <p>способствовать приобретению личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей физической подготовленности к будущей профессии и быту;</p> <p>формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый образ жизни, физическое совершенствование и самовоспитание, привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;</p> <p>создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование компетенций:</p> <p>ОК-7 способность к самоорганизации и самообразованию;</p> <p>ОК-8 способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ роль физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста; ▪ сущность физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке студентов; ▪ социально-биологические основы физической культуры и спорта; ▪ основы здорового образа жизни студента; ▪ особенности использования средств и методов физической культуры для оптимизации работоспособности; <ul style="list-style-type: none"> ▪ общую физическую и специальную подготовку студентов в системе физического воспитания (ОК-7, ОК-8). <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ индивидуально выбирать вид спорта или систему физических упражнений для своего физического совершенствования; ▪ применять на практике профессионально-прикладную физическую подготовку студентов. <p>владеть:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ личным опытом использования физкультурно-спортивной деятельности для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных жизненных и профессиональных целей; ▪ системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств (с выполнением установленных нормативов по общей физической и спортивно-технической подготовке); ▪ методиками самостоятельных занятий и самоконтроля над состоянием своего организма. <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме сдачи реферата, контрольной работы, промежуточная аттестация в форме зачёта.</p> <p>Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.</p>
	<p>Элективные дисциплины по физической культуре и спорту</p>	<p>Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» являются обязательной частью цикла дисциплин модуля «Физическая культура и спорт» учебного плана для всех направлений подготовки бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль: связи с общественностью и коммуникативные технологии. 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"> - приобретение мотивационных отношений к физической культуре, установки на здоровый образ жизни, физическое самосовершенствование, потребности к регулярным занятиям физическими упражнениями; - овладение знаниями научно-биологических основ физической культуры и здорового образа жизни; - формирование опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных успехов. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций на формирование следующей компетенции: ОК-8 способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знать научные основы биологии, физиологии, теории и методики педагогики и практики физической культуры и здорового образа жизни, систему практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности средствами физической культуры и спорта; - уметь квалифицированно применять приобретенные навыки в своей профессиональной и бытовой деятельности, проводить самостоятельные занятия физическими упражнениями с общей развивающей, профессионально-прикладной и оздоровительно-корректирующей направленностью; - владеть знаниями биологических основ физической культуры и здорового образа жизни, способами определения дозировки физической нагрузки и направленности физических упражнений <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - текущий контроль осуществляется в течение семестра на методико-практических, учебно-тренировочных занятиях. Объектами оценивания являются: активность на занятиях, выполнения контрольных работ в виде теста, сдачи нормативов физической направленности, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий, степень усвоения теоретических знаний, результаты самостоятельной работы. - промежуточная аттестация в форме зачёта. <p>Общая трудоёмкость освоения дисциплины 328 часов.</p>
Вариативная часть		
	Мировая культура в	Дисциплина «Мировая культура в социальных коммуникациях»

социальных коммуникациях		<p>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><i>Цель дисциплины:</i> устойчивое и развернутое представление о механизмах современной культуры и ее специфике, обусловленной развитием социальных коммуникаций</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – обозначить различные подходы к понятию культуры; – создать у студентов представление о доминирующих мифах и архетипах в мировой культуре; – проследить влияние социальных коммуникаций информационного постиндустриального общества на сферу мировой культуры. <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i> ПК-7 - способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p>Знать: специфику планирования коммуникационных кампаний в мировой культуре.</p> <p>Уметь: принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний.</p> <p>Владеть: навыками участия и планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
Русское и мировое искусство в социальных коммуникациях		<p>Курс «Русское и мировое искусство в коммуникациях» входит в вариативную 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> является формирование общепрофессиональной компетенции знания истории искусства как целостной и динамично развивающейся системы и умение применить эти знания в конкретной исследовательской практике.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) формирование представления об основных этапах становления архитектурных стилей в русском и мировом искусстве; 2) формирование системы историко-культурных представлений о развитии культурной модели в государствах мира; 3) овладеть необходимой искусствоведческой и культурологической терминологией; 4) развить навыки профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области истории культуры; <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i> ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p>Знать: достижения отечественной и мировой культуры основы философских, религиозных, искусствоведческих знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности; специфику развития архитектуры в различных регионах мира.</p> <p>Уметь: решать задачи профессиональной деятельности на основе полученных знаниях о культуре российских регионов; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов</p> <p>Владеть: способностью к разработке информационного обеспечения в социокультурных проектах в тематике деятельности организаций и учреждений культуры и массовых коммуникаций.</p>

		<p>умением процесса создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</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 зачетные единицы.</p>
Визуальные коммуникации		<p>Дисциплина «Визуальные коммуникации» входит в вариативную 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины заключается в изучении коммуникативных функций основополагающих функций восприятия визуальной информации.</p> <p>Задачи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5) 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; 6) функции визуальных коммуникаций в современном коммуникационном пространстве; 7) сформировать основы понимания визуальной журналистики; 8) развить навыки профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области современной теории коммуникации; <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-4 владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт;</p> <p>ПК-8 способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <p>ПК-16 способностью 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><u>Знать:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 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.; 2) функции графического дизайна; <p><u>Уметь:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) составлять «визуальные» PR-тексты; 2) разрабатывать схематическое представление дизайн-макета визуального PR-текста <p><u>Владеть:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) инструментами и средствами создания визуального контента. <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 часов. Дисциплина реализуется в 4 семестре.</p>

	<p>Интернет-технологии и новые медиа в PR</p>	<p>Дисциплина «Интернет-технологии и новые медиа в PR» входит в вариативную 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины – дать общее понятие о существующих возможностях продвижения в среде интернет, используя как традиционные ресурсы, так и ресурсы WEB 2.0.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать представления о специфике PR и рекламы в интернете, типах, структуре и содержании интернет-кампаний, концептуальных основах и моделях построения в зависимости от масштабов кампании; обучение использованию новейших интернет-технологий в реализации интернет-кампаний. - формировать у студентов навыки 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>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</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;</p> <p>ПК-8 способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <p>ПК-16 способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы</p> <p>Знать:</p> <p>современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение. современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью. особенности организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь:</p> <p>находить оптимальные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>выбрать подход, стиль и способ организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.</p> <p>применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>Владеть:</p> <p>приемами применения современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>методологическими приемами организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.</p> <p>навыками применения творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>выявлять конкретные возможности по применению цифровых устройств, платформ и программное обеспечение на всех этапах создания текстов</p>
--	---	--

		<p>рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</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 часов.</p>
	<p>Организация работы коммуникационного агентства</p>	<p>Дисциплина «Организация работы коммуникационного агентства» входит в вариативную 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</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> <ul style="list-style-type: none"> - формирование представления о специфике менеджмента в PR, типах, структуре и содержании работы коммуникационных агентств. - развитие способностей у студентов навыков самостоятельной деятельности по созданию и управлению коммуникационным агентством. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); • 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>способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12)</p> <ul style="list-style-type: none"> • владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15); <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Знать основы организационной структуры коммуникационного агентства, цели, задачи, миссию. • Уметь решать задачи, связанные с планированием и организацией работы коммуникационного агентства. • Владеть навыками управления проектной деятельности в рамках коммуникационного агентства. <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 зачетных единиц, 72 часов.</p>
	<p>Профессиональная этика и деловой этикет</p>	<p>Дисциплина «Профессиональная этика и деловой этикет» является частью вариативного 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 – развить способность специалистов по рекламе и связям с общественностью к самостоятельной профессионально-нравственной ориентации в рамках осуществляемых деловых контактов.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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

		<p>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>ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;</p> <p>ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: этические рекомендации по формированию положительного имиджа организации; технологии формирования имиджа товара (услуги).</p> <p>Уметь: работать в команде на основе соблюдения принципа норм делового этикета и профессиональной этики.</p> <p>Владеть: нормами международного этического взаимодействия с коллегами, а также навыками проведения мероприятий с соблюдением норм протокола и этикета.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы</p>
	Кризисные коммуникации	<p>Дисциплина входит в вариативную часть 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 кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.</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"> - формирование у студентов системы знаний о кризисных коммуникациях; - овладение понятийно-терминологическим аппаратом, характеризующим кризисные процессы; - изучение современного состояния и основных направлений развития кризисов в социальной сфере; - овладение методикой диагностики кризисного состояния организации; - формирование навыков разработки стратегии и тактики антикризисного управления организацией. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;</p> <p>ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методы управления персоналом в кризисной ситуации; технологии PR, используемые в; <p>процессе разрешения кризисных ситуаций.</p> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - ключевые группы, вовлеченные в кризисную коммуникацию; планировать антикризисные коммуникации; использовать различные методы коммуникаций при разрешении различных ситуаций, связанных с кризисом; осуществлять авторскую деятельность; <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать антикризисные коммуникации; использовать различные методы коммуникаций при разрешении ситуаций, связанных с кризисом; реализовывать антикризисные кампании. <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц.</p>

	<p>Репутационный менеджмент</p>	<p>Дисциплина «Репутационный менеджмент» входит в вариативную 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины - 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 коммуникационных средств проектирования и поддержания делового имиджа компании в корпоративном репутационном PR.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • познакомить студентов с предпосылками возникновения репутационного менеджмента в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями; • разграничить понятия имидж и репутация в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями; • дать практические навыки по планированию и управлению процессом формирования делового имиджа компании; • сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании с целью выработки стратегий ее репутационного менеджмента; • изучить особенности создания корпоративного сайта в рамках деятельности компании по репутационному менеджменту; • выработать навыки по менеджменту репутации первого лица организации в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: принципы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. особенности текстов рекламы и (или) связей с общественностью функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</p> <p>Уметь: находить оптимальную информацию, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>Владеть: выявлять конкретную информацию, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. навыками основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде методологическими приемами осуществления тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов.</p>
	<p>Внутрикорпоративн</p>	<p>Дисциплина «Внутрикорпоративные коммуникации» входит в вариативную</p>

	ые коммуникации	<p>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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p><i>Цель:</i> подготовить студентов к самостоятельной практической деятельности в сфере управления взаимодействия с внутренними стейкхолдерами организации.</p> <p><i>Основные 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: ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами; ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.</p> <p>В результате освоения дисциплины «Внутрикорпоративные коммуникации» обучающийся должен: <i>Знать:</i> инструменты и информационные каналы внутрикорпоративных коммуникаций; знать принципы построения внутренних коммуникаций; инструменты взаимодействия с внутренней общественностью. <i>Уметь:</i> организовывать систему коммуникаций в организации, обеспечивать выбор эффективных средств коммуникации с учетом конкретных требований; использовать инструменты HR и PR для формирования корпоративной идентичности, лояльности персонала, позитивного имиджа компании в глазах сотрудников. <i>Владеть:</i> инструментами коммуникативного взаимодействия с внутренней общественностью</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц.</p>
	Анализ профессиональной литературы на иностранном языке	<p>Дисциплина «Анализ профессиональной литературы на иностранном языке» входит в вариативную 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> дать студенту системные знания и опыт анализа актуальной зарубежной профессиональной литературы посвященной различным профессиональным вопросам современной коммуникатологии.</p> <p><i>Задачи:</i> проанализировать круг наиболее значимых проблем современной коммуникатологии, которые поднимаются в англоязычной литературе; • дать системные знания о профессиональной литературе, ее тематике, структуре и стилистике; • изучить подходы к анализу западной профессиональной литературой; • освоить формы и методы работы, связанные с анализом профессиональных англоязычных текстов; • научить успешным приемам логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах на английском языке.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен: <i>Знать:</i> 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>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетные единицы.</p>
	<p>Дисциплины по выбору</p>	
<p>Исследования в связях с общественностью на английском языке</p>		<p>Дисциплина «Исследования в связях с общественностью на английском языке» входит в вариативную часть 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 кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины: формирование у студентов высокого уровня профессиональных знаний посредством изучения профессиональной тематики на английском языке, а также ряда последних трендов в сфере исследований в связях с общественностью, развития навыков профессиональной коммуникации на иностранном языке, формирование коммуникативной языковой компетенции, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессиональной, производственной и научной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> выявить основные проблемы современной рекламы и PR, которые поднимаются в англоязычной литературе; дать представление о требованиях, предъявляемых к современному специалисту по рекламе и PR, осуществляющему свою деятельность в англоязычных странах; изучить теоретические основы и традиции перевода западной литературы на русский язык; освоить формы и методы работы с англоязычными текстами; научить успешным приемам логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах на английском языке. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-6 - Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации .</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>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц,</p>

		108 часов.
	Исследования в связях с общественностью на французском языке	<p>Дисциплина «Исследования в связях с общественностью на французском языке» входит в вариативную часть 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 кафедрой французского языка.</p> <p>Цель дисциплины: формирование у студентов высокого уровня профессиональных знаний посредством изучения профессиональной тематики на французском языке, а также ряда последних трендов в сфере исследований в связях с общественностью, развития навыков профессиональной коммуникации на иностранном языке, формирование коммуникативной языковой компетенции, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессиональной, производственной и научной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> выявить основные проблемы современной рекламы и PR; изучить теоретические основы и традиции перевода западной литературы на русский язык; освоить формы и методы работы с франкоязычными текстами; научить успешным приемам логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах на французском языке. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-6 - Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: основные принципы работы с профессиональными текстами в сфере коммуникации, принципы аналитической работы с франкоязычными 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 владеть одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>экзамена</i>. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.</p>
	Дисциплины по выбору	
	Геобрендинг	<p>Дисциплина «Геобрендинг» входит в вариативную часть блока дисциплин по выбору 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины: формирование у студентов теоретических представлений и практических навыков по созданию, разработке, планированию и управлению брендом территории.</p> <p>Основные задачи учебной дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Подготовка к творческой деятельности в области конструирования медийного имиджа территорий, городов или объектов по созданию информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью 2) подготовка к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов по формированию положительного образа территории; 3) подготовка выпускников к организационно-управленческой

		<p>деятельности в области брендинга территории.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования; ПК-12 способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</p> <p>Знать: практику информационных кампаний и обеспечение их соответствующими документами для размещения в СМИ и социальных сетях. структуру внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. принципы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.</p> <p>Уметь: работать в различных стилях и создавать тексты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. находить оптимальные стратегии внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры находить оптимальную информацию, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>Владеть методологическими приемами создания текстов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. выявлять конкретные возможности и особенности осуществления внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. выявлять конкретную информацию, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>экзамена</i>.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.</p>
	Имиджевые технологии	<p>Дисциплина «Имиджевые технологии» входит в вариативную часть блока дисциплин по выбору 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 Историко-архивного института РГГУ 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: ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования; 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><i>Знать:</i> структурные компоненты индивидуального, группового и коллективного имиджа; специфику формирования и конструирования различных типов имиджа; 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> определять эффективность имиджевого воздействия; моделировать и использовать алгоритм противодействия деструктивным технологиям, направленных на дезавуирование имиджа клиента.</p> <p><i>Владеть:</i> алгоритмом формирования различных типов имиджа.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.</p>
	<p>Дисциплины по выбору</p>	
<p>Международный опыт в PR</p>		<p>Дисциплина «Международный опыт в PR» входит в вариативную часть блока дисциплин по выбору 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 культуры мира и демократии.</p> <p>Цель дисциплины: сформировать систему знаний и выработать основные навыки и умения, необходимые для освоения практик общения в мультикультурных, полиэтнических и поликонфессиональных обществах, адаптации к новым культурным и культурным различиям и налаживания эффективной коммуникации с представителями других культур, для понимания растущей роли межкультурного диалога, компромисса и согласия в повседневной и профессиональной жизни современного общества. Достижение этой цели создает условия для развития диалогического мышления и дискурсивной коммуникации, ориентированных на свободное обсуждение и принятие мнений с целью организации совместных действий людей, на преодоление социокультурных барьеров, культурных предрассудков и связанных с ними культурных конфликтов, на принятие культурного разнообразия общества и мира.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) знакомство с историей возникновения и теоретическими основами направления «международная коммуникация»; 2) овладение дискурсом данного направления, его основными терминами и концептами; 3) формирование умений, навыков, способностей межкультурного общения, преодоления культурных барьеров и адекватного понимания средств и правил межкультурной коммуникации; 4) развитие способностей рефлексивного и толерантного отношения к культурным различиям, к иным формам культурной идентичности и культурного поведения. <p>При решении этих задач учитывается следующее важное обстоятельство: традиционные системы формирования коммуникативных навыков и умений в виде обычной социализации, воспитания, дидактических моделей передачи знаний не всегда должным образом решают указанные задачи. Усложнение коммуникаций в современном глобализирующемся и информационно-сетевом мире должно сопровождаться развитием и усвоением специальных средств подготовки людей к усложняющимся условиям коммуникации как на социальном, так и на профессиональном уровне. Одним из таких средств, направленных на повышение и совершенствование межкультурной компетентности, становится практическое обучение межкультурной коммуникации в форме разнообразных коммуникативных тренингов. Это обстоятельство учитывается в структуре курса.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;</p> <p>ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</p> <p>ПК-5 способностью реализовывать проекты и владением методами их</p>

		<p>реализации; ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <p>историю и основные концепции направления «Международный опыт в PR»; культурно-коммуникационные подходы к пониманию происходящих социальных и политических процессов; природу культурных различий и межкультурных взаимодействий, специфику и возможности преодоления межкультурных барьеров; структуру (средства, стили) межкультурной коммуникации; закономерности освоения «чужой» культуры и механизм межкультурного понимания;</p> <p>особенности, причины и способы преодоления межкультурных конфликтов; характерные и конкретные примеры исторического и современного опыта коммуникативных взаимодействий в мультикультурных и поликонфессиональных обществах.</p> <p>Уметь:</p> <p>выбрать подход, стиль и способ управления ситуацией коммуникации;</p> <p>использовать приемы дискурсивной (диалогической) коммуникации; находить оптимальные выбора подходы, способы и стили поведения в мультикультурной среде;</p> <p>владеть методологическими приемами коммуникативного поведения - выбирать оптимальные методы повышения эффективности коммуникации. (превращения ее в понимающую); моделировать ситуации достижения консенсуса и согласованности позиций в процессе межкультурных коммуникаций; выявлять конкретные возможности и особенности осуществления диалога в различных сферах социальной и политической жизни и в мультикультурной среде.</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками управления ситуациями общения в мультикультурной среде, включая навыки трансформации конкурентной конфликтной коммуникации в культурный диалог и сотрудничество;</p> <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 экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часа.</p>
	<p>Культурное проектирование средствами PR</p>	<p>Дисциплина «Культурное проектирование средствами PR» входит в вариативную часть блока дисциплин по выбору 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 кафедрой теории и практики общественных связей факультета рекламы и связей с общественностью.</p> <p><i>Цель</i> дисциплины обеспечить будущих специалистов реальной технологией инновационной деятельности, методами конструирования, проектирования и программирования таких объектов как социально и культурная среда.</p> <p><i>Задачи</i> дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить теоретические основы культурного проектирования; - изучить сущность и методологию социально-культурного проектирования; - раскрыть принципы социально-культурного проектирования; - изучить технологию анализа социокультурной ситуации; - проанализировать место социокультурного проектирования в системе разработки и реализации региональной культурной политики; - раскрыть специфику и технологию разработки региональных культурных программ; - оценить специфику целевого проектирования в социально-культурной сфере; - ознакомиться с игровыми методами социально-культурного проектирования; - прогнозировать стратегии финансирования социально-культурных

		<p>проектов и программ; - научиться составлять социально-культурные проекты.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ПК-2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы; ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами; ПК-5 способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации; ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: основы социально-культурного проектирования с учетом возрастных и социально-демографических особенностей участников культурного деятельности; методику разработки и внедрения культурного проекта; критерии оценки эффективности культурного проекта. Уметь: свободно ориентироваться в культурном проектировании; разрабатывать и реализовывать проекты, связанные с социокультурными процессами и практиками. Владеть: навыками PR-сопровождение проектов и мероприятий в сфере культуры.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.</p>
	<p>Дисциплины по выбору</p>	
	<p>Организация работы пресс-службы</p>	<p>Дисциплина «Организация работы пресс-службы» входит в вариативную 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины: сформировать у бакалавров устойчивые представления об основных характеристиках современных пресс-служб 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 дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выработать ориентацию в проблемах современных пресс-служб государственных, общественных, политических и коммерческих организаций; • 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; • сформировать представления о структуре и принципах организации современной пресс-службы, общих вопросов технологии проведения мероприятий для различных средств массовой информации; • сформировать навыки подготовки пресс-конференции (организация, приглашение СМИ, расчет сметы), написания пресс-релизов, работы с медиа-картой, составление пресс-китов, формирования архива публикаций; • информировать студентов о типичных ошибках представителя пресс-службы в его практике осуществления публичного взаимодействия с представителями СМИ и предложить варианты их исправления. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: профессиональные: ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования; ПК-14 способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; ПК-16 способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску,</p>

		<p>производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><u>Знать:</u> предметное поле деятельности современной пресс-службы организации и историю становления коммуникативного института пресс-службы как медийного посредника между организацией, СМИ и общественностью; основы методологии осуществления практик медийных коммуникаций с общественностью современных пресс-служб на основе проводимых социологических исследований.</p> <p><u>Уметь:</u> выделять ключевые характеристики практик медийных коммуникативных процессов на основе текущих социологических исследований (социальный контекст, субъекты и каналы коммуникации, содержание сообщений), выявлять основные идеи, сформулированные в ходе осуществления подобных практик медийных коммуникаций на основе проведенных социологических исследований.</p> <p><u>Владеть:</u> методикой анализа выявления эффективности текущих практик медийных коммуникаций между организацией, СМИ и общественностью на основе итогов проведенных социологических исследований; методикой разработки информационных сообщений для ключевых аудиторий организации в медийных практиках современных пресс-служб на основе ранее проведенных социологических исследований.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме выполнения контрольных заданий, промежуточный контроль в форме экзамена (6-й семестр).</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет: 3 зачет. единицы, 108 час.</p>
Брендинг в сфере культуры		<p>Дисциплина «Брендинг в сфере культуры» 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: создать развернутое и полное представление об основных особенностях брендинга в сфере современной культуры.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформулировать основные подходы к понятию культуры и социокультурных коммуникаций – выявить основные этапы социодинамики культуры в контексте интегрированных коммуникаций – проследить основные пути внедрения брендинга в сферу культуры – определить основные технологии брендинга в сфере культуры. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования;</p> <p>ПК-14 способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-16 способностью 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><u>Знать:</u> специфику планирования брендинговых кампаний в сфере культуры.</p> <p><u>Уметь:</u> принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний по продвижению бренда в сфере культуры.</p> <p><u>Владеть:</u> навыками участия и планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий в области брендинга.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.</p>

	Дисциплины по выбору	
Медиарилейшнз и медиапланирование		<p>Дисциплина «Медиарилейшнз и медиапланирование» 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины: сформировать у бакалавров устойчивые представления о современных технологиях медиа-рилейшнз и медиапланирования, реализуемых PR-отделами различного типа организаций во внешних своих коммуникациях.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сформировать систему знаний о современных технологиях медиа-рилейшнз и медиапланирования в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях; • дать целостную систему теоретических и практических знаний в сфере практического медиа-рилейшнза для эффективной работы в современном медиaprостранстве; • ознакомить с имеющейся структурой и принципами организации медиа-рилейшнза и медиапланирования, с технологиями осуществления медиа-рилейшнза для различного типа медиа-контентов; • сформировать практические навыки организации медиа-рилейшнза и медиапланирования на основе использования различных инструментов (пресс-конференций, пресс-релизов, медиа-карты, пресс-туров, брифингов и т.д.); • освоить формы и методы публичного медиа-рилейшнза; • ознакомить с алгоритмом организации мероприятий медиа-рилейшнза; • информировать о типичных в организации практики осуществления публичного медиа-рилейшнза и предложить варианты их исправления <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>профессиональные:</p> <p>ПК-5 способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации;</p> <p>ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования;</p> <p>ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;</p> <p>ПК-14 способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-16 способностью 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><u>Знать</u>: алгоритм подготовки и реализации собственного коммуникационного проекта в сфере современного медиа-рилейшнза и медиапланирования; алгоритм проведения маркетинговых исследований в сфере современного медиа-рилейшнза и медиапланирования; основные инструменты, средства, способы и технологии осуществления рекламных кампаний и мероприятий в сфере современного медиа-рилейшнза и медиапланирования; специфику осуществления медийного сопровождения рекламной кампании в рамках профессиональной деятельности по выстраиванию интегрированных массовых коммуникаций; специфику подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в сфере современного медиа-рилейшнза и медиапланирования.</p> <p><u>Уметь</u>: находить материалы и на их основе алгоритмизировать реализацию коммуникационного проекта в сфере современного медиа-рилейшнза и медиапланирования при помощи создания графиков Ганта; проводить маркетинговые исследования для выработки содержания стандартных задач предстоящей медийной PR-кампании и определения оптимальных способов их решения в собственной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; подготавливать и создавать медийные события и мероприятия к проводимой медийной рекламной кампании; на практике реализовывать решение стандартных задач профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с</p>

		<p>общественностью в сфере современного медиа-риллейшнза и медиапланирования; находить информационные материалы, касающиеся текущей сферы профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в различных медийных источниках и аналитически их обрабатывать в процессе подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в сфере современного медиа-риллейшнза и медиапланирования.</p> <p><u>Владеть:</u> методами реализации собственного коммуникационного проекта в сфере современного медиа-риллейшнза и медиапланирования при осуществлении коммуникационной кампании или отдельного медийного PR-мероприятия; аналитическими инструментами обработки информации, полученной в ходе маркетинговых исследований для подготовки отчета по проведенному исследованию, определяющего стратегические и тактические задачи и способы их реализации в предстоящей медийной PR-кампании; навыками осуществления под контролем текущих рекламных кампаний и мероприятий в сфере современного медиа-риллейшнза и медиапланирования; современными технологиями решений стандартных задач профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в сфере современного медиа-риллейшнза и медиапланирования; современными мультимедийными технологиями подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в сфере современного медиа-риллейшнза и медиапланирования.</p> <p>Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме выполнения контрольных заданий, промежуточный контроль в форме <i>зачета</i> (6-й семестр).</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет: 3 зачет. единицы, 108 час.</p>
	<p>Основы управления проектами</p>	<p>Дисциплина «Основы управления проектами» входит в вариативную 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p><i>Цель дисциплины:</i> применять полученные в процессе обучения знания в практической деятельности по планированию и организации проектов в организациях.</p> <p><i>Задачи дисциплины:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение научных, теоретических и методических основ системы управления проектами; • изучение методических подходов к принятию решений по выработке концепции проекта, его структуризации и оценке; • изучение роли и функций проектного менеджера на различных этапах жизненного цикла проекта; • знакомство с организационными формами управления проектами и методами их разработки и оптимизации; • изучение инструментария планирования и контроля хода выполнения проекта. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-5 способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации;</p> <p>ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования;</p> <p>ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия;</p> <p>ПК-14 способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-16 способностью 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: основные принципы и методы организации, планирования и управления проектами.</p> <p>Уметь: осуществить системное планирование проекта на всех фазах</p>

		<p>его жизненного цикла; применять полученные в процессе обучения знания в практической деятельности по планированию и организации проектов в организациях.</p> <p>Владеть: методами планирования проектов; методами бюджетирования проектов; методами анализа проектов; методами контроля за ходом реализации проектов.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.</p>
	Дисциплины по выбору	
	Коммуникации с органами власти	<p>Дисциплина «Коммуникации с органами власти» входит в вариативную 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины: сформировать у студентов представления о специфике и своеобразии профессиональной деятельности в области коммуникации с органами власти.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> -сформировать у студентов общетеоретические представления о коммуникации с органами власти; - обеспечить овладения навыками выстраивания стратегических коммуникаций с властными структурами для решения задач и достижения целей коммерческих и некоммерческих организаций. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p>ПК-14 способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-16 способностью 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: алгоритмы и технологии проведения коммуникационных кампаний</p> <p>Уметь: принимать участие в планировании и подготовке коммуникационных кампаний</p> <p>Владеть: навыками проведения коммуникационных мероприятий</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц.</p>
	PR и реклама в шоу-бизнесе	<p>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><i>Цель дисциплины:</i> создать развернутое и полное представление об основных особенностях связей с общественностью и рекламы в сфере современной культуры и шоу-бизнесе.</p> <p><i>Задачи:</i> сформулировать основные подходы к определению понятию шоу-бизнеса; выявить основные этапы развития шоу-бизнеса контексте интегрированных коммуникаций; проследить специфику построения рекламных стратегий в шоу-бизнесе; определить основные технологии связей с общественностью в шоу-бизнесе.</p> <p><i>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</i></p> <p>ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p>

		<p>ПК-14 способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-16 способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</p> <p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать:</i> специфику планирования коммуникационных кампаний в шоу-бизнесе; специфику создания текстов рекламы в шоу-бизнесе.</p> <p><i>Уметь:</i> составлять и редактировать рекламный текст в сфере шоу-бизнеса; принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью в шоу-бизнесе; навыками участия и планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в шоу-бизнесе.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
	Дисциплины по выбору	
Коммуникативная урбанистика		<p>Дисциплина «Коммуникативная урбанистика» входит в вариативную 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p><i>Цель дисциплины</i> «Коммуникативная урбанистика заключается в формировании у обучаемых навыков исследования и критического осмысления коммуникационных процессов в городских пространствах, которое составляет основное поле жизнедеятельности профессионалов в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сформировать у студентов представление о коммуникативной системе городе и ее функционировании; • обучить студентов основным подходам к исследованию и управлению коммуникациями в урбанизированных пространствах; • способствовать умению организации социокультурных проектов в урбанистической среде; • сформировать у студентов представление о возможности практического применения полученных навыков в рамках профессиональной деятельности <p>В результате освоения дисциплины формируются компетенции:</p> <p>ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>ОПК-2 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью;</p> <p>ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования;</p> <p>ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>В результате освоения дисциплины студент должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <p>основы коммуникации в устной и письменной формах для решения задач межличностного взаимодействия</p> <p>содержание профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p> <p>принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью</p> <p>принципы организации и проведения социологических исследований</p>

		<p>принципы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>Уметь: осуществлять коммуникации в устной и письменной формах для решения задач межличностного взаимодействия осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах создавать профессиональные тексты рекламы и связей с общественностью составлять аналитические справки, обзоров и прогнозов организовывать и проводить социологические исследования.</p> <p>Владеть: навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения задач межличностного взаимодействия навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью навыками организовывать и проводить социологические исследования навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов навыками анализа тактических мероприятий планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
<p>Принципы и технологии устойчивого социального развития</p>		<p>Дисциплина «Принципы и технологии устойчивого социального развития» реализуется на факультете истории политологии и права историко-социального архивного института кафедрой теории и практики общественных связей факультета рекламы и связей с общественностью.</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> <ul style="list-style-type: none"> — выработать практические навыки для анализа текущего состояния программ «устойчивого развития»; — 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; — изучить концепции устойчивого развития, основные пути перехода к устойчивому развитию на глобальном, региональном и локальном уровнях; — изучить способы реализации принципов устойчивого развития в основных секторах общественного развития; — ознакомиться с методами коммуникаций в процессе обсуждения проблем устойчивого развития; — сформировать системный, интегрированный подход к решению экологических проблем в контексте общих проблем общественного развития; — овладеть основами практики анализа глобальных коммуникаций и выявления прикладных возможностей и пределов конкретных теоретических подходов при решении задач устойчивого развития. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; ОПК-2 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью; ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические</p>

		<p>исследования; ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>В результате освоения дисциплины 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 эко-логических 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>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
<p>Основы профессиональной деятельности</p>		<p>Дисциплина «<i>Основы профессиональной деятельности</i>» входит в вариативную 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 психологии семьи и детства.</p> <p><i>Цель дисциплины</i> «Введение в связи с общественностью»: обозначение профессиональной среды, профессионального «образа» и его атрибутики, формирование базовых навыков профессионального языка и мышления у обучающихся.</p> <p><i>Задачи дисциплины:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - обоснование сути, специфики, сферы профессиональной деятельности; - формирование и поддержание у студентов-первокурсников интереса к выбранной профессии; - знакомство с языком, терминами, понятиями профессии. <p>Дисциплина «<i>Основы профессиональной деятельности</i>» направлена на формирование следующей компетенции:</p> <p>ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>ОПК-2 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью;</p> <p>ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования;</p> <p>ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.</p> <ul style="list-style-type: none"> – функциональное предназначение и сущностную основу деятельности в сфере связей с общественностью, основные понятия и определения; – функции специалиста по связям с общественностью, профессиональные требования к специалисту; – историю связей с общественностью; – сферы применения связей с общественностью; – виды, средства, формы и методы коммуникаций в сфере связей с

		<p>общественностью;</p> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – самостоятельно работать с рекомендуемой литературой для подготовки сообщений по вопросам теории и практики связей с общественностью; – выполнять организационные работы при подготовке и реализации мероприятий в сфере связей с общественностью; – создавать информационные тексты для решения задач в сфере связей с общественностью; – анализировать деятельность в сфере связей с общественностью, применяя соответствующие категории связей с общественностью; <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, – навыками работы с PR-текстами на родном языке, – способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя; – методами коммуникации в кросс-культурном пространстве. <p>По дисциплине предусмотрена аттестация в форме <i>зачета</i>. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц.</p>
	<p>Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p>Дисциплина входит в вариативную часть 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 кафедрой информационных технологий и систем.</p> <p>Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с организацией сбора, обработки и хранения информации, а также разработкой и эксплуатацией информационных ресурсов и систем, средств обеспечения автоматизированных информационных систем и их технологий, используемых в профессиональной деятельности.</p> <p>Цель дисциплины - повышение общей информационной культуры на основе освоения понятийного аппарата информатики и ИКТ, формирование профессиональных компетенций выпускника, который знает возможности современных компьютеров, и аппаратные, программные средства для людей с ограниченными возможностями и инвалидов, владеет методами сбора, хранения и обработки данных в информационных системах, используемых при подготовке решений в профессиональной деятельности людей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.</p> <p>Задачи: формирование знания, навыков и умений работы с современными компьютерными и программными средствами, включая аппаратные и программные средства для лиц с ограниченными возможностями, при решении прикладных задач в профессиональной деятельности.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <p>ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>ОПК-2 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью;</p> <p>ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования;</p> <p>ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><u>Знать:</u> способы применения информационно-коммуникационных технологий в различных направлениях профессиональной деятельности; назначение и виды информационно-коммуникационных технологий, применяемых для формирования требований к информационной системе предприятия, работающих с лицами с ОВЗ. Инструментарий создания презентаций.</p>

		<p>Правила создания презентаций; методологию, модели, методы и способы создания информационных систем для лиц с ОВЗ.</p> <p><u>Уметь:</u> формулировать и осуществлять постановку задач при разработке презентации программного продукта.</p> <p><u>Владеть:</u> базовыми современными ИКТ в различных направлениях профессиональной деятельности; международными и отечественными стандартами в области информационных систем и технологий для разработки и оптимизации информационных систем, поддерживающих работу лицами с ОВЗ. Навыками и средствами разработки презентаций. Навыками эксплуатации специализированного программного обеспечения.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
	<p>Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности</p>	<p><i>Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности</i></p> <p>Практика реализуется кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства ФИПП ИАИ РГГУ на базе структурных подразделений РГГУ, а также в профильных организациях и предприятиях, специализирующихся в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в департаментах по связям с общественностью и в профильных подразделениях учреждений и предприятий различной формы собственности, а также в государственных, политических и иных общественно-политических организаций, ответственных за внешнюю коммуникацию, в т.ч. в Аппарате Государственной Думы Федерального Собрания РФ и Аналитическом отделе Аппарата Общественной палаты РФ, пресс-службе ПАО «Аэрофлот – российские авиалинии» и ОАО «РЖД, в рекламных и иных коммуникативных агентствах (Международное коммуникационное (рекламное) агентство «Ogilvy Group Russia», ООО «Группа Коммуникатор», ООО «Простор Медиа, ООО «Пи.Ар.-Текнолоджис», ООО «Пиар Агентство Успех» и др.), PR-отделах ООО «Марриотт» отель лизинг, ООО «БургерРус», ООО «Издательство «Эксмо» и др., пресс-службах Российской объединенной демократической партии «Яблоко» и ЛДПР и т.д.</p> <p>Цель практики: расширение представлений будущих бакалавров по рекламе и связям с общественностью о сферах практической деятельности, основных типов и видов профессиональной деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью, которые бы мотивировали студента к поиску собственной модели самоорганизации и самообразования в выбранном профиле образовательной подготовки.</p> <p>Задачи: ознакомление с организацией профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью по месту прохождения практики; изучение организационной структуры управления рекламной и PR-кампанией в ходе реализации проектов в профессиональной сфере; анализ и оценка работы организации и ее структурных подразделений, в которых студент проходит практику по реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе проведенных исследований; установление новых коммуникаций с заказчиками организации, в которой студент проходит практику для оптимизации профессиональной деятельности данной организации; участие под контролем представителей организации, в которой студент проходит практику в проводимой ею коммуникационной кампании или мероприятии; написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю от РГГУ.</p> <p>Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в т.ч. по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности направлена на формирование общекультурных / универсальных, общепрофессиональных, а также профессиональных компетенций, соответствующих видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалавровского уровня квалификации по направлению – «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проектный;

- организационно-управленческий;
- коммуникационный;
- рыночно-исследовательский и прогнозно-аналитический
- рекламно-информационный
- информационно-технологический

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в т.ч. по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности направлена на формирование следующих компетенций:

- 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);

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 (*код и содержание*);

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);

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);

- ПК (*код и содержание*);

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 (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);

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);

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

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и

		<p>проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);</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>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>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>Рабочей программой по учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков, в т.ч. по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой.</p> <p>Общая трудоёмкость данного вида практики составляет 6 зачетных единиц – 216 часов на протяжении четырех недель в июне в рамках календарного учебного графика.</p>
	<p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p>	<p><i>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</i></p> <p>Данный вид практики реализуется <i>кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства ФИПП ИАИ РГГУ</i> на базе структурных подразделений РГГУ, а также в профильных организациях и предприятиях, специализирующихся в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в департаментах по связям с общественностью и в профильных подразделениях учреждений и предприятий различной формы собственности, а также в государственных, политических и иных общественно-политических организаций, ответственных за внешнюю коммуникацию, в т.ч. в Аппарате Государственной Думы Федерального Собрания РФ и Аналитическом отделе Аппарата Общественной палаты РФ, пресс-службе ПАО «Аэрофлот – российские авиалинии» и ОАО «РЖД, в рекламных и иных коммуникативных агентствах (Международное коммуникационное (рекламное) агентство «Ogilvy Group Russia», ООО «Группа Коммуникатор», ООО «Простор Медиа, ООО «Пи.Ар-Текнолоджис», ООО «Пиар Агентство Успех» и др.), PR-отделах ООО «Марриотт» отель лизинг, ООО «БургерРус», ООО «Издательство «Эксмо» и др., пресс-службах Российской объединенной демократической партии «Яблоко» и ЛДПР и т.д. В рамках разработки прикладных PR-проектов «Программа рекламного и имиджевого сопровождения для образовательного направления «Реклама и связи с общественностью» на факультете истории, политологии и права РГГУ» студенты 4 курса по направлению образовательной подготовки «Реклама и связи с общественностью» могут проходить практику на факультете истории, политологии и права ИАИ РГГУ.</p> <p>Цель практики: закрепить и развить понимание у будущих студентов-бакалавров сути будущей профессиональной работы по выбранному ими профилю образовательной подготовки, помочь овладеть разнообразными приемами, навыками и умениями разработки и реализации различных рекламных и PR-проектов.</p> <p>Задачи: ознакомление с организацией профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью по месту прохождения практики; изучение организационной структуры управления рекламной и PR-кампанией в ходе реализации проектов в профессиональной</p>

		<p>сфере; анализ и оценка работы организации и ее структурных подразделений, в которых студент проходит практику по реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе проведенных исследований; установление новых коммуникаций с заказчиками организации, в которой студент проходит практику для оптимизации профессиональной деятельности данной организации; участие под контролем представителей организации, в которой студент проходит практику в проводимой ею коммуникационной кампании или мероприятии; написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю от РГГУ.</p> <p>Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности направлена на формирование общекультурных / универсальных, общепрофессиональных, а также профессиональных компетенций, соответствующих видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалаврского уровня квалификации по направлению – «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проектный; • организационно-управленческий; • коммуникационный; • рыночно-исследовательский и прогнозно-аналитический • рекламно-информационный • информационно-технологический <p>Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК/УК (<i>код и содержание</i>); <ul style="list-style-type: none"> 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 (<i>код и содержание</i>); <ul style="list-style-type: none"> 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); 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);
--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> • ПК (код и содержание); <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 (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>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>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 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>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>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>Рабочей программой по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>зачёта с оценкой</i>.</p> <p>Общая трудоемкость практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (информационная в СМИ и PR-агентстве) составляет 6 зачетных единиц – 216 часов на протяжении четырех недель в декабре-январе в рамках календарного учебного графика.</p> <p>Общая трудоемкость практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (производственная в рекламном и коммуникативном агентстве) составляет 6 зачетных единиц – 216 часов на протяжении четырех недель в июне в рамках календарного учебного графика.</p> <p>Общая трудоемкость практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (по профилю подготовки, в т.ч. в рамках разработки прикладных PR-проектов «Программа рекламного и имиджевого сопровождения для образовательного направления «Реклама и связи с общественностью» на факультете истории, политологии и права РГГУ») составляет 3 зачетные единицы – 108 часов на протяжении двух недель в декабре-январе в рамках календарного учебного графика.</p>
	<p>Научно-исследовательская работа</p>	<p style="text-align: center;"><i>Научно-исследовательская работа</i></p> <p>Данный вид практики реализуется <i>кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства ФИПП ИАИ РГГУ</i> на базе структурных подразделений РГГУ, а также в профильных организациях и предприятиях,</p>

		<p>специализирующихся в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в департаментах по связям с общественностью и в профильных подразделениях учреждений и предприятий различной формы собственности, а также в государственных, политических и иных общественно-политических организациях, ответственных за внешнюю коммуникацию, в т.ч. в Аналитическом отделе Аппарата Общественной палаты РФ, в рекламных и иных коммуникативных агентствах (ООО «Группа Коммуникатор», ООО «Простор Медиа и др.) и др.</p> <p>Цель практики: овладение студентами первичных навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности в рамках познавательного процесса обобщения и систематизации исследовательского инструментария по направлению образовательной подготовки по рекламе и связям с общественностью и использованию полученных в ходе данной практики данных для профессионального анализа и подготовки будущей выпускной квалификационной работы.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению образовательной подготовки «Реклама и связи с общественностью»; • овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно-исследовательской работы; • формирование у студентов профессиональных знаний в области научно-исследовательской деятельности. • сбор теоретических и эмпирических данных по исследованию по будущей теме ВКР; • ведение библиографической работы с применением современных информационных технологий; • анализ и обработка полученных результатов, представление их в виде завершённых научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей); • написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю практики от Российского государственного гуманитарного университета. <p>Научно-исследовательская работа (производственная практика) направлена на формирование универсальных, общепрофессиональных, а также обязательных профессиональных компетенций, соответствующих видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалавровского уровня квалификации по направлению – «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проектный; • организационно-управленческий; • коммуникационный; • рыночно-исследовательский и прогнозно-аналитический • рекламно-информационный • информационно-технологический <p>Научно-исследовательская работа (производственная практика) направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК (код и содержание); <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>способностью использовать методы и средства физической культуры</p>
--	--	---

		<p>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> <ul style="list-style-type: none"> • ОПК (код и содержание); <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>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"> • ПК (код и содержание); <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 (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>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>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 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>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>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>Рабочей программой по научно-исследовательской работе (производственной практике) предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>зачёта с оценкой</i>.</p> <p>Общая трудоемкость научно-исследовательской работы (производственной практики) составляет 3 зачетные единицы – 108 часов на</p>
--	--	---

		<p>протяжении трех недель в марте-апреле в рамках календарного учебного графика.</p>
	<p>Преддипломная практика</p>	<p style="text-align: center;"><i>Производственная (преддипломная) практика</i></p> <p>Данный вид практики реализуется кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства ФИПП ИАИ РГГУ на базе структурных подразделений РГГУ, а также в профильных организациях и предприятиях, специализирующихся в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в департаментах по связям с общественностью и в профильных подразделениях учреждений и предприятий различной формы собственности, а также в государственных, политических и иных общественно-политических организаций, ответственных за внешнюю коммуникацию, в т.ч. в Аналитическом отделе Аппарата Общественной палаты РФ, в рекламных и иных коммуникативных агентствах (ООО «Группа Коммуникатор», ООО «Простор Медиа и др.), PR-отделах ООО «БургерРус» и др., пресс-службах Российской объединенной демократической партии «Яблоко» и т.д.</p> <p>Цель практики: систематизация исследовательского инструментария, существующего в рамках аналитической деятельности в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью, полученного в процессе освоения образовательной программы и использование его для сбора и анализа по теме выпускной квалификационной работы, а также овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно-исследовательской работы по направлению их образовательной подготовки по рекламе и связей с общественностью, формированию у студентов профессионального знаний в области научно-исследовательской деятельности.</p> <p>Задачи: формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению образовательной подготовки «Реклама и связи с общественностью»; овладение методами исследования по выбранной теме выпускной квалификационной работы (далее – ВКР); совершенствование умения и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности; развитие компетентности будущего бакалавра, специализирующегося в сфере рекламы и связей с общественностью; сбор и систематизация материалов для написания ВКР; написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю практики от Российского государственного гуманитарного университета.</p> <p>Производственная (преддипломная) практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности направлена на формирование общекультурных / универсальных, общепрофессиональных, а также профессиональных компетенций, соответствующих видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалавровского уровня квалификации по направлению – «Связи с общественностью и коммуникативные технологии»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проектный; • организационно-управленческий; • коммуникационный; • рыночно-исследовательский и прогнозно-аналитический • рекламно-информационный • информационно-технологический <p>Производственная (преддипломная) практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ОК (код и содержание); <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</p>

		<p>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>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> <ul style="list-style-type: none"> • ОПК (<i>код и содержание</i>); <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>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"> • ПК (<i>код и содержание</i>); <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 (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>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>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 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>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>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>Рабочей программой по производственной (преддипломной) практике предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>зачёта с оценкой</i>.</p> <p>Общая трудоемкость производственной (преддипломной) практики составляет 9 зачетных единиц – 324 часа на протяжении шести недель в марте-мае в рамках календарного учебного графика.</p>
	<p>Актуальные проблемы PR-деятельности</p>	<p>Дисциплина «Актуальные проблемы PR-деятельности» реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей факультета рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Цель дисциплины – изучение студентами актуальных проблем PR-деятельности в системе профессиональных коммуникативных практик.</p> <p>Задачи: передать знания и актуальную информацию о положении и перспективах развития PR-деятельности; сформировать потребности в расширении своих представлений в области PR-деятельности; обеспечить овладение умениями и навыками в области отбора и применения современных подходов, технологий и инструментов в области PR-деятельности.</p> <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2); • способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); • способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационно безопасности (ОПК-6); • 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); • способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11). <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: предпосылки, основания и факторы развития современных прагматических коммуникаций (ОК-2); правовые аспекты PR-деятельности; аспекты профессиональной этики в деятельности специалиста по коммуникациям (ОПК-1); основных участников и их роли, возможности взаимодействия между ними в коммуникативной индустрии; профессиональные коммуникативные практики: разновидности, классификацию, взаимосвязи; особенности PR-деятельности и рекламы в системе интегрированных коммуникативных практик; модели PR-деятельности; особенности исследовательской деятельности в рекламе и связях с общественностью; суть концепции интегрированных коммуникаций: основные варианты ее практической реализации (ОПК-6); современные виды PR-коммуникации; структуру бренда и его разновидности; основные понятия коммуникационного менеджмента в интегрированных коммуникациях; коммуникативные инструменты в антикризисном управлении компанией; основные профессиональные функции сотрудников в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства; разные аспекты инноватики в современной PR-деятельности (ПК-1); методику написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);</p> <p>Уметь: анализировать социокультурные и технологические предпосылки изучения и реализации социальных коммуникаций; анализировать особенности мировых коммуникационных процессов (ОК-2);</p>

		<p>обобщать информацию о роли современной PR-деятельности в коммуникативной индустрии (ОПК-1); анализировать коммуникативный потенциал межкультурных коммуникаций и новых медиа в рекламе и PR; использовать возможности получения информации через профессиональные рекламные и PR-ассоциации, сообщества, оценивать перспективы взаимодействия с ними в практической деятельности (ОПК-6); планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; участвовать в организации работы проектных команд, реализовывать проекты и владеть методами их реализации; участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; использовать PR-коммуникации различных сферах жизни общества (внутренний и внешний PR, взаимодействие с общественными группами) (ПК-1); оформить результаты анализа актуальных проблем современной PR-деятельности (ПК-11);</p> <p>Владеть: навыками обобщения информации о состоянии современной PR-деятельности (ОК-2); навыками выполнения под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6); навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в рамках 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 (ПК-11).</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.</p>
<p>Мастерство публичной речи</p>		<p>Дисциплина «Мастерство публичной речи» входит в вариативную 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 общественных связей, туризма и гостеприимства.</p> <p>Цель дисциплины - сформировать представление студентов о современной концепции публичных выступлений, связанных с формированием осознанной мировоззренческой позиции и компетентным владением предметом аргументации.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Знакомство с современными теориями публичных выступлений как лингвокультурологической и лингвопрагматической сферой, со спецификой риторического знания; • Овладение практическими навыками в сфере публичных дебатов; • Формирование базовых риторических умений – составление связного текста, публичного выступления, уверенной самоподдачи в исполнении содержательного текста, речевой импровизации; • Развитие навыков эффективного речевого поведения в актуальных ситуациях общения. <p>Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> • способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5); • 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,

		<p>продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).</p> <p>Знать: принципы межкультурного разнообразия общества, принятые в различных сообществах. принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке. особенности текстов рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>Уметь: толерантно воспринимать социальные и культурные различия этических норм, принятыми в различных сообществах. анализировать и критически оценивать устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном языке; готовить тексты рекламы и связей с общественностью и иные коммуникационные продукты различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков</p> <p>Владеть: навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям. навыками перевода с иностранного на государственный язык, а также с государственного на иностранный язык. навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p> <p>По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме <i>зачета</i>.</p> <p>Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.</p>
--	--	--